河南工程学院

校级示范课程申报书

课程名称：　社交商务

授课对象所在专业：　电子商务

专业代码：　120801

课程负责人 ：　杨娅琳

联系电话：　13298150828

申报学院：　管理工程学院

填表日期：　2025.3.12

二〇二五年三月

填报说明

1.专业代码指《普通高等学校本科专业目录（2024）》中的专业代码（有异地办学、校内多点办学、中外合作办学等不同类型作为独立专业点参加专业评价的，按照专业评价编码规则补充专业代码后缀）。

2.须截图上传教务系统中课程已完成学期的开设信息。申报课程名称须与教务系统中显示情况一致。

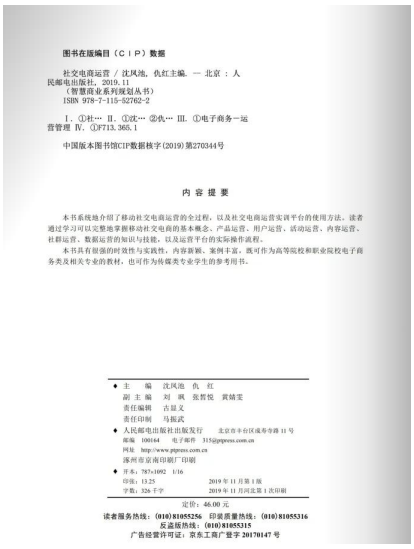
3.若多人给同一专业的该课程授课应组成教学团队，并设1名课程负责人。课程负责人须为教务系统中显示的，承担该课程授课任务的教师。

4.文本中的中外文名词第一次出现时，要写清全称和缩写，再次出现时可以使用缩写。

5.涉密课程或不能公开个人信息的涉密人员不参与申报。

一、课程基本信息

<table>
<tr><td>课程名称</td><td colspan="3">社交商务</td><td>授课教师（课程负责人填在第一位）</td><td colspan="2">杨娅琳、降雪辉</td></tr>
<tr><td>授课教师（课程负责人）所在单位</td><td colspan="2">管理工程学院</td><td>2024 年课程评价等级</td><td colspan="2">○A ☑B
○C ○D</td></tr>
<tr><td>专业名称</td><td>电子商务</td><td>专业代码</td><td>120801</td><td>是否一流本科专业建设点</td><td>○国家级
○省级
☑否</td></tr>
<tr><td>课程编码（教务系统中的编码）</td><td colspan="6">072132224</td></tr>
<tr><td>课程分类</td><td colspan="6">○公共基础课　○专业基础课　☑专业核心课　○其他</td></tr>
<tr><td>课程性质</td><td colspan="2">☑必修 ○选修</td><td>开课年级</td><td>大三</td><td>学分</td><td>3</td></tr>
<tr><td>学　　时</td><td colspan="6">总学时：48 理论学时：38 实践（实验、实训）学时：10</td></tr>
<tr><td>先修（前序）课程名称</td><td colspan="6">网络营销、商务智能</td></tr>
<tr><td>后续课程名称</td><td colspan="6">电子商务运营、管理运筹学、数字经济学</td></tr>
<tr><td>主要教材</td><td colspan="6">书名、书号、作者、出版社、出版时间
（上传封面及版权页）
《社交电商运营》，978711552762，沈凤池、仇红，人民邮电出版社，2021.05

 
图书在版编目（CIP）数据
社交电商运营 / 沈凤池，仇红主编. — 北京 : 人民邮电出版社，2019.11
（智慧商业系列规划丛书）
ISBN 978-7-115-52762-2
Ⅰ. ①社… Ⅱ. ①沈… ②仇… Ⅲ. ①电子商务—运营管理 Ⅳ. ①F713.365.1
中国版本图书馆CIP数据核字(2019)第270344号
内 容 提 要
本书系统地介绍了移动社交电商运营的全过程，以及社交电商运营实训平台的使用方法。读者通过学习可以完整地掌握移动社交电商的基本概念、产品运营、用户运营、活动运营、内容运营、社群运营、数据运营的知识与技能，以及运营平台的实际操作流程。
本书具有很强的时效性与实践性，内容新颖、案例丰富，既可作为高等院校和职业院校电子商务类及相关专业的教材，也可作为传媒类专业学生的参考用书。
◆ 主　　编　沈凤池　仇　红
副 主 编　刘　飒　张哲悦　黄婧雯
责任编辑　古显义
责任印制　马振武
◆ 人民邮电出版社出版发行　北京市丰台区成寿寺路 11 号
邮编　100164　电子邮件　315@ptpress.com.cn
网址　http://www.ptpress.com.cn
涿州市京南印刷厂印刷
◆ 开本：787×1092　1/16
印张：13.25　2019 年 11 月第 1 版
字数：326 千字　2019 年 11 月河北第 1 次印刷
定价：46.00 元
读者服务热线：(010)81055256　印装质量热线：(010)81055316
反盗版热线：(010)81055315
广告经营许可证：京东工商广登字 20170147 号</td></tr>
</table>

最近两期开课时间	2024 年 9 月 1 日— 2025 年 1 月 20 日 课程名称 社交商务 教师名称 杨娅琳、降雪辉

2024-2025学年第1学期		杨娅琳老师的课表				管理工程学院 教工号：11968		
节次		星期一	星期二	星期三	星期四	星期五	星期六	星期日
上午	一	电子商务经济学/072122203/(1-2节)5周/南校区 7C208/杨娅琳/电子商务经济学-0004//电子商务2425;电子商务2426/考试/ /讲课:48/4/ /多媒			电子商务经济学/072122203/(1-2节)2周/南校区 7A303/杨娅琳/电子商务经济学-0004//电子商务2425;电子商务2426/考试/ /讲课:48/4/ /多媒	电子商务经济学/072122203/(1-2节)1-3周(单),4-12周/南校区 7A502/杨娅琳/电子商务经济学-0004//电子商务2425;电子商务2426/考试/		
	二		社交商务/072132224/(3-4节)3-8周,10-14周/南校区 7C311/杨娅琳/社交商务-0002//电子商务2421;电子商务2422/考查/ /讲课:48/4/ /多媒体教室		社交商务/072132224/(3-4节)3-8周,10-12周(双),13-15周/南校区 7A606/杨娅琳/社交商务-0002//电子商务2421;电子商务2422/考查/ /讲	社交商务/072132224/(3-4节)3-14周/南校区 7A305/杨娅琳/社交商务-0004//电子商务2425;电子商务2426/考查/ /讲课:48/4/ /多媒体教室		
下午	三	电子商务经济学/072122203/(5-6节)1-12周/南校区 7C208/杨娅琳/电子商务经济学-0001//电子商务2241/考试/ /讲课:48/4/ /多媒体教室	社交商务/072132224/(5-6节)3-13周/南校区 7A305/杨娅琳/社交商务-0004//电子商务2425;电子商务2426/考查/ /讲课:48/4/ /多媒体教室	社交商务/072132224/(5-6节)9周/南校区 7C211/杨娅琳/社交商务-0002//电子商务2421;电子商务2422/考查/ /讲课:48/4/ /多媒体教室	电子商务经济学/072122203/(5-6节)1-11周(单),12-15周/南校区 7C306/杨娅琳/电子商务经济学-0001//电子商务2241/考试/ /讲课:48/4/	社交商务/072132224/(5-6节)3-13周/南校区 7C307/杨娅琳/社交商务-0003//电子商务2423;电子商务2424/考查/ /讲课:48/4/ /多媒体教室		
	四	电子商务经济学/072122203/(7-8节)1-4周,6-12周/南校区 7C307/杨娅琳/电子商务经济学-0004//电子商务2425;电子商务2426/考试/ /讲		社交商务/072132224/(7-8节)5周/南校区 7A601/杨娅琳/社交商务-0003//电子商务2423;电子商务2424/考查/ /讲课:48/4/ /多媒体教室				
晚上	五	社交商务/072132224/(9-10节)12周/南校区 7C207/杨娅琳/社交商务-0002//电子商务2421;电子商务2422/考查/ /讲课:48/4/ /多媒体教室	社交商务/072132224/(9-10节)15周/南校区 7C207/杨娅琳/社交商务-0004//电子商务2425;电子商务2426/考查/ /讲课:48/4/ /多媒体教室					
	六							

实践课程：电子商务综合实习★杨娅琳,武化岩(共2周)/7-8周/电子商务综合实习-0001/电子商务2141;

其他课程：系统开发课程设计★杨娅琳(共2周)/15-16周/系统开发课程设计-0007/电子商务2426; 电子商务数据分析实验★杨娅琳(共2周)/17-18周/电子商务数据分析实验-0006/电子商务2425;

注一内容顺序为：课程◇课程号◇周次◇校区◇地点◇教师◇专业方向(无方向不显示)◇教学班◇课堂名称◇教学班组成◇考核方式◇选课备注◇课程学时组成◇周学时◇板块等级◇场地类别◇研究生系统信息 本学期2024-09-02正式上课至2025-01-05结束。

2024-2025学年第1学期		降雪辉老师的课表				管理工程学院 教工号: 12064		
时间段	节次	星期一	星期二	星期三	星期四	星期五	星期六	星期日
上午	1							
	2							
	3		**社交商务★** (3-4节)3-14周/校区:南校区/场地:7C305/降雪辉/教学班:社交商务-0001/教学班组成:电子商务2241/选课备注:无/课程学时组成:讲课:48/周学时:4/板块等级:无/场地类别:多媒体教室		**社交商务★** (3-4节)3-14周/校区:南校区/场地:7C308/降雪辉/教学班:社交商务-0001/教学班组成:电子商务2241/选课备注:无/课程学时组成:讲课:48/周学时:4/板块等级:无/场地类别:多媒体教室			
	4							
下午	5		**电子商务服务★** (5-6节)1-4周,11-14周/校区:南校区/场地:8228/降雪辉/教学班:电子商务服务-0002/教学班组成:电子商务2323;电子商务2324/选课备注:无/课程学时组成:讲课:32/周学时:4/板块等级:无/场地类别:多媒体教室		**电子商务服务★** (5-6节)1-4周,11-14周/校区:南校区/场地:8228/降雪辉/教学班:电子商务服务-0002/教学班组成:电子商务2323;电子商务2324/选课备注:无/课程学时组成:讲课:32/周学时:4/板块等级:无/场地类别:多媒体教室			
	6							
	7							
	8							
晚上	9							
	10							
	11							

实践课程：电子商务综合实习★降雪辉,黄德金,任彧(共2周)/7-8周/电子商务综合实习-0004/电子商务2322;

★:讲课 ○:实验 ●:实践 ◇:上机 打印时间:2024-08-27

最近两期学生总人数	283
使用的在线课程	○国家级线上一流课程及名称 ○国家级虚拟仿真实验教学一流课程及名称 ☑其他课程（填写课程名称、学校、负责人、网址） 社交商务、河南工程学院、杨娅琳 https://mooc1.chaoxing.com/course-ans/ps/245196625
	使用方式： ○MOOC ○SPOC
课程链接及查看教学活动的密码等	https://mooc1.chaoxing.com/course-ans/ps/245196625

二、授课教师（团队）

团队成员（序号 1 为课程负责人）								
序号	姓名	出生年月	单位	职务	职称	手机号码	电子邮箱	授课任务
1	杨娅琳	1993.10	河南工程学院	专职教师	讲师	13298150828	774818847@qq.com	主讲理论课程
2	降雪辉	1979.11	河南工程学院	专职教师	副教授	13523546359	jxhzzh@126.com	主讲理论课程
3	张璐	1988.04	河南工程学院	教务办主任	讲师	18539909808	316194041@qq.com	线上课程建设
4	偰娜	1980.07	河南工程学院	专职教师	副教授	13523712737	agnesxiena@126.com	线上课程建设
5	高博	1981.06	河南工程学院	教学副院长	副教授	13783622295	gbkuce@163.com	线上课程建设

授课教师（团队）主要教学情况（300 字以内）

课题组自成立以来，教学成效获得学生普遍认可，期末教学评估成绩位列学科前茅。团队负责人杨娅琳老师承担6个专业班级课程教学任务，累计完成教学工作量221课时；降雪辉老师承担 1 个专业班级课程教学任务，完成教学工作量 52 课时。

课题组在教学改革方面持续深化创新实践，先后取得以下突破进展：获批省级教改项目 4 项、校级教改项目 4 项、教改论文 7 篇；团队成员中有 3 名教师获得河南工程学院 OBE 设计指导师；团队负责人杨娅琳老师获 2024 年度河南省总工会教学技能竞赛三等奖；课程组全体 5 名教师均荣获 2024 年度教学优秀奖，有 2 位老师蝉联 2 年获得此奖项；依托课程教学指导的学生团队在国家级学科竞赛中持续突破，累计荣获国家级、省级奖项 30 余项。

三、总体概述（300 字以内）

本课程旨在深入剖析社交电商的运营模式、策略与实战技巧，使学生能够构建高效的社交电商生态。课程内容融入“两性一度”，涵盖产品、用户、内容、活动和数据运营五大模块，包括社交电商选品定位，用户拉新、促活与留存，内容生产与传播，活动策划、执行与评估，数据分析等。教学策略多元，以 OBE 理念为指导，引入 AI 虚拟数字人技术助力教学，融合案例、任务驱动、互动教学、校企合作项目实战，线上线下协同，全方位提升学生的社交电商运营综合能力。构建“四维九度”评价体系：知识维度以作业、互动提问考查理论理解；技能维度借任务模拟、项目成果评估实战；创新维度依案例分析、创新方案打分；态度维度凭课堂表现、团队协作评定，依据学生反馈动态调整教学，为学生打造高效学习体验。

四、分项自评

(一)课程设计

1.课程目标（300字以内）

本课程目标高度契合国家与行业需求。响应《新文科建设宣言》，聚焦 “用户—产品—内容—活动—数据”运营，培养复合型人才，支撑教育部“双创教育深化”战略，提升学生数字化营销与创新思维。

遵循教学规律。以OBE理念为基，搭建“认知→模拟→实战”三阶能力进阶路径，达成布鲁姆教育目标分类，遵循70%经验学习、20%团队协作、10%理论的学习法则。

根据毕业要求，围绕“数字营销”“创新创业”能力指标，设置5个教学项目，如“社交裂变活动策划”直接对标《国标》“解决复杂问题”要求，实现能力要素全覆盖。“两性一度”方面，融合RFM与AARRR构建私域流量凸显高阶性，引入虚拟数字人、AI工具优化UGC展现创新性，限时挖掘产品卖点并直播体现挑战度，课程内容与4个能力指标精准匹配。

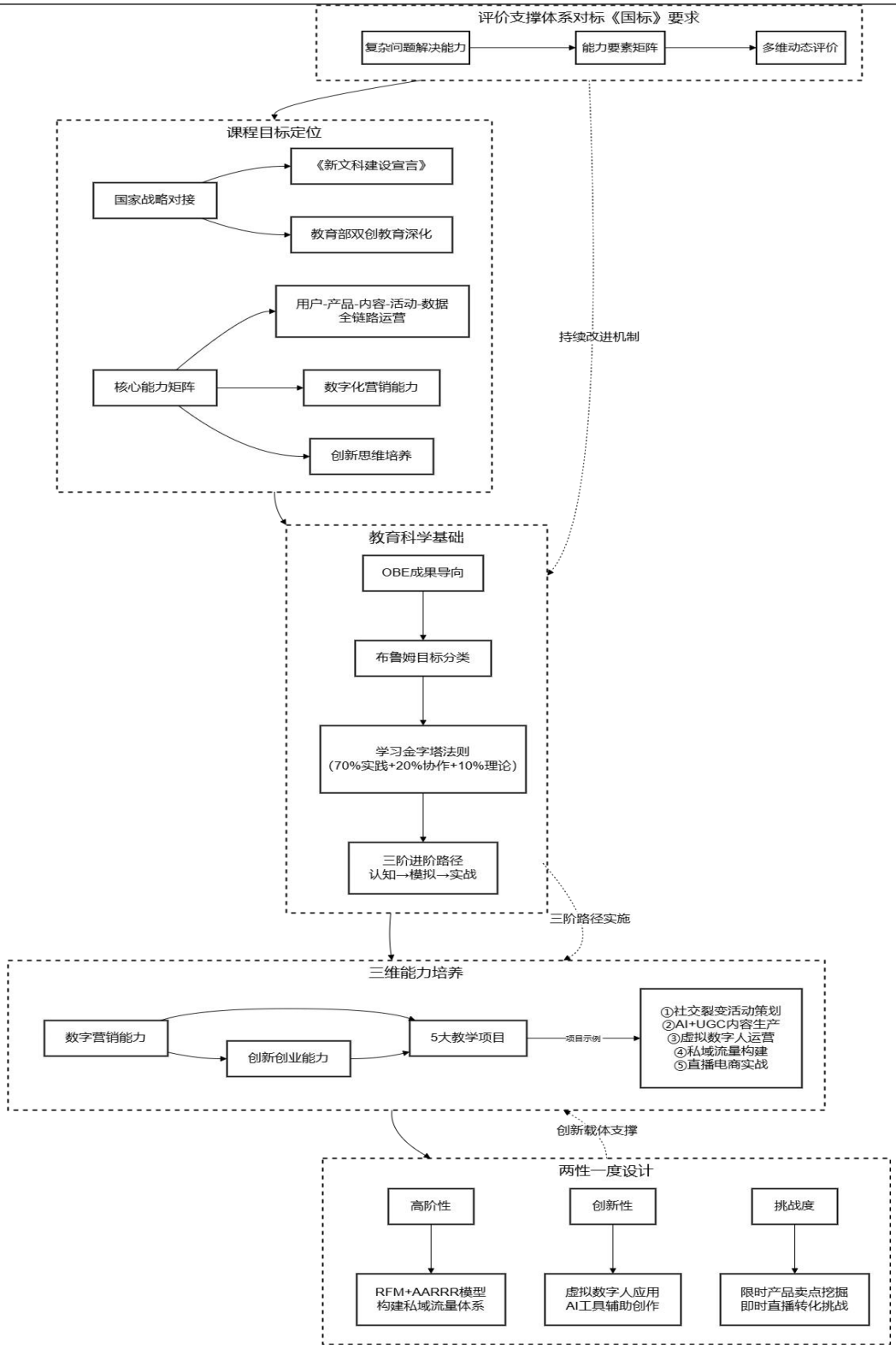


图 1 课程目标设计流程图

2.课程内容（300字以内）

课程思政自然融入。通过“平台规则调研”融入规则意识，“产品卖点”挖掘体现求真务实作风，“RFM用户画像”探析强化网络伦理，“营销海报”创作融入创新思维，“农产品直播案例”渗透社会责任意识，“综合能力”训练贯穿工匠精神，价值塑造与能力培养有机统一。

课程内容与行业迭代同步。引入虚拟数字人、AIGC工具优化UGC创作（如Stable Diffusion生成营销素材）、Social Listening舆情分析等前沿技术，校企共建4个真实项目库，每学期更新30%教学资源。

知识结构科学。构建"基础理论（40%）-工具方法（30%）-项目实战（30%）"三级知识体系，理论教学覆盖SICAS模型等14个核心理论，实验环节设置“产品卖点挖掘→用户画像构建→活动运营策划→ROI分析"全链条项目，学分分配符合国标要求。

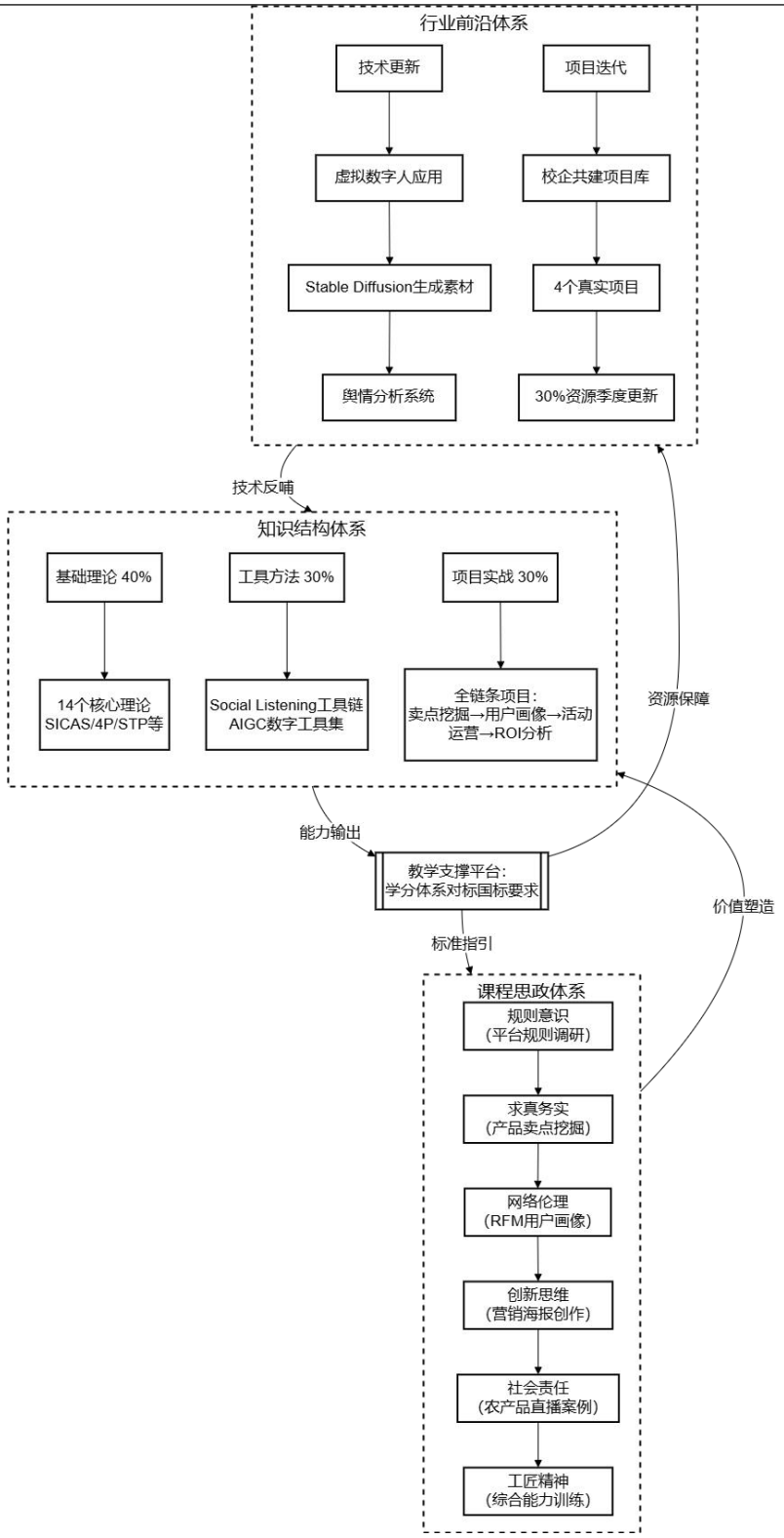


图 2 课程内容设计流程图

3.课堂教学过程组织（500字以内）

本课程以OBE理念为核心，通过模块化任务分解与阶段成果评价，实现"教-学-做-练—赛—评"一体化达成教学目标。产品运营模块通过抖音账号运营融合选品定位与数据决策；用户运营模块借助微信社群实操用户增长路径；内容运营模块依托短视频打磨内容生产全链路；活动运营模块基于企业真实案例拆解策划执行全流程。

课堂活动构建三级进阶体系：基础理论层通过案例拆解导入知识点，结合思维导图加深认知；技能实训层开展抖音全流程运营，教学做同步；高阶创新层实施"团队项目工坊"，碰撞思维灵感。课程采用"三阶螺旋"结构：线上资源完成知识储备，线下竞赛平台开展技能验证，课后通过校企合作项目完成能力迁移，形成"输入-内化-输出"的闭环学习链路。

通过技术赋能，设计分层激励，构建“四维立体”动态保障体系，保证学生学习效果。课前通过线上扩展阅读和延伸思考，激发兴趣，导入知识；课中案例拆解并嵌入随堂展示（如产品卖点即时演练）与互动话题，知识内化为技能；课后分析话题、互动、扩展阅读、实训项目等完成数量质量及参与度数据，动态调整教学内容、教学方法和教学手段；竞赛平台模拟企业项目验证实操技能，推优参加省赛、国赛、企业就业，激发学生学习主动性、自信心和自豪感。教学数据显示，学生任务完成率达98%，学生参赛获奖率提升至35%，印证了教学有效性。

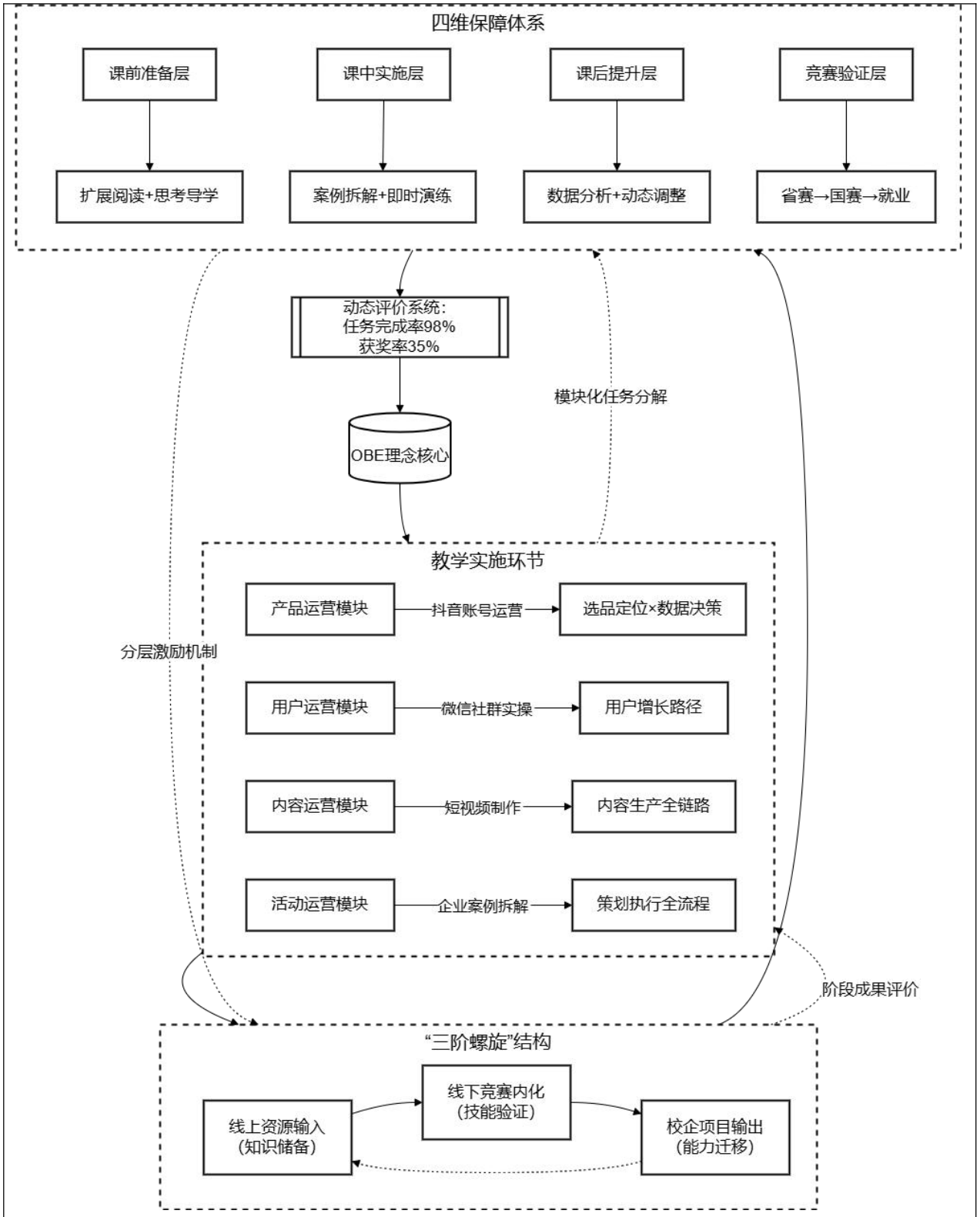


图 3 课堂教学过程组织设计流程图

4.教学方法和手段（400字以内）

本课程构建“双轴三维四阶”教学方法体系，融合"教-学-做-练—赛—评"一体化，全面提升教学效果:

（1）“双轴”驱动：以“理论轴（线上资源）+实践轴（团队项目工坊）”为双驱动;

（2）“三维”融合：采用“案例浸入+任务驱动+场景仿真”三维融合模式，基础理论层通过拼多多裂变营销、小米私域运营等标杆案例拆解实现知识迁移；技能实训层依托“抖音账号全生命周期仿真运营”，驱动学生从0到1实战推演；创新应用层引入美团优选社区团购等企业真实项目，开展沉浸式团队工坊。

（3）“四阶”递进：分设“认知建构-技能淬炼-方案设计-成果转化”四阶段，形成能力递进链条。例如在产品运营模块，教师先通过FAB法提炼产品卖点示范，学生分组对事先准备好的产品提炼卖点，设计直播话术和直播方案，再即时直播展示。

（4）依托校内外实训平台，通过专创融合、课赛一体，“场景教学、社群学习、项目实践”相结合，实现“教-学-做-练—赛—评”一体化，培养学生创新创业能力。配套自编《社交电商工具包》，如用户画像法等，培养学生的设计思维和商业创新能力。

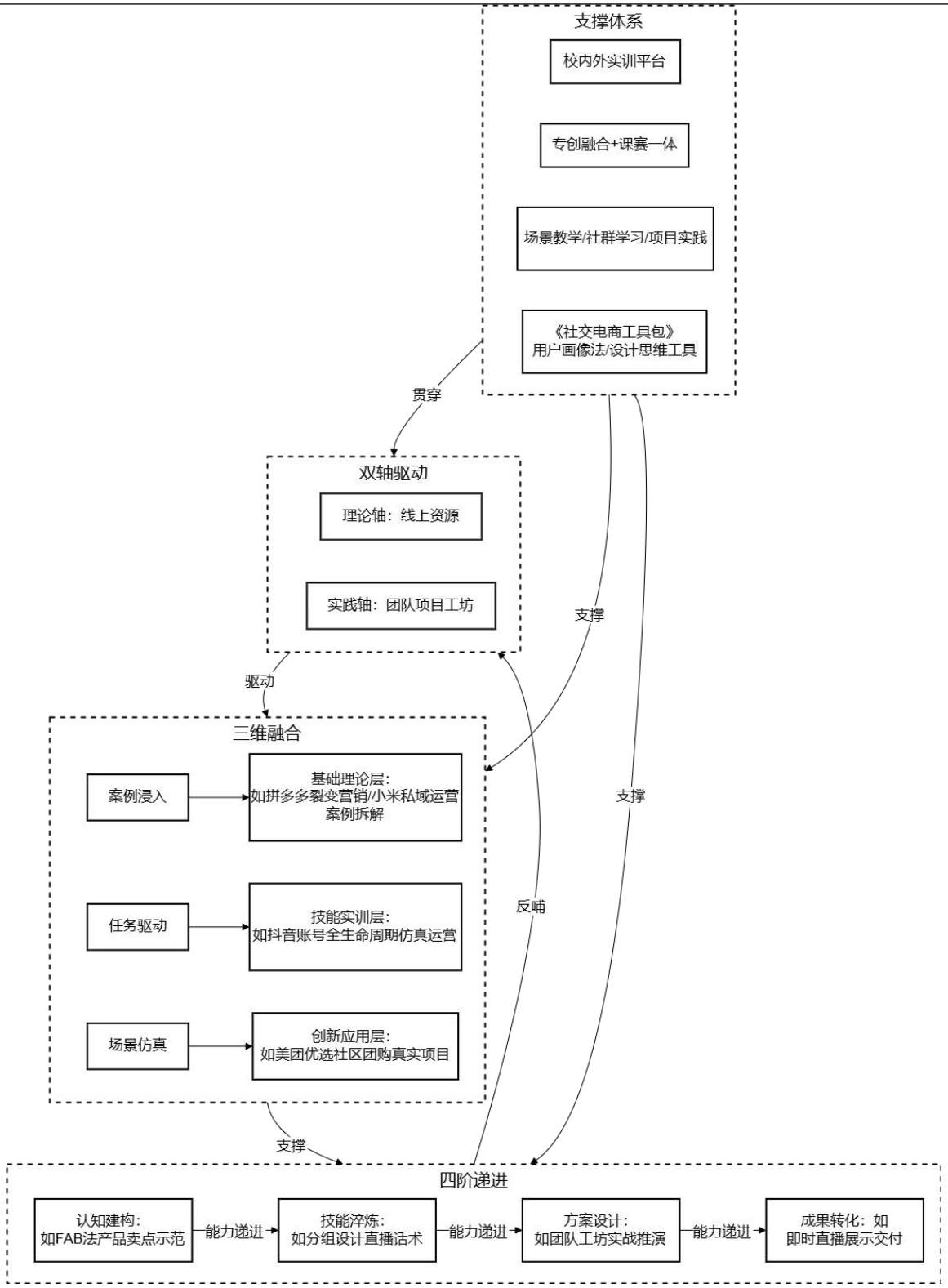


图 4 教学方法和手段设计流程图

(二)授课教师（团队）（500字以内）
1.师德师风 教学团队始终以立德树人为根本任务，在师德师风建设中成效显著。团队成员连续多年在师德师风考核中获评优秀，多人获得校级教学质量优秀奖。课上融入课程思政元素，培养学生良好品质；课外注重学生全面发展，关注学生心理健康与职业规划，指导学生获得国家级、省级竞赛奖项30项。团队以“四有”好老师为标准，通过示范引领和教研创新，营造了全员育人的良好氛围。
2.数量结构 团队现有专任教师5人，平均年龄41岁，年龄梯队结构合理。团队成员均具有硕士及以上学历，其中博士3人，高级职称占比60%，年均承担本科课程200余课时。学科背景涵盖工商管理、工程管理、计算机与大数据分析等专业领域，与所授课程形成高度匹配。
3.素质能力 团队通过"三维创新"构建高素质育人体系。团队负责人作为校教学改革小组成员，带领团队三位OBE设计指导师重构课程大纲，创新BOPPPS教学模式，获省级教学技能竞赛三等奖2项。团队年均开展数字化教学培训200+学时，建成4个教学资源库，2门课程获评校级精品在线课程。指导学生获学科竞赛国家级奖项16项、省级奖项14项，形成“赛课融合”育人机制。发表《电子商务实践教学改革与实验资源管理》等教改论文7篇，主持或参与“双师双能型师资队伍建设有效路径研究”等省级教改项目4项。

(三)教学资源（可列表，500 字以内）
1.资源选用 精准对接行业前沿，结合应用型人才培养要求，构建“三源融合”资源体系。 **应用型教材：**选用人民邮电出版社《社交电商运营》为主教材，清华大学出版社 1+X 证书系列教材《社交电商运营》（初级）和《社交电商运营》（中级）为主要参考，配套《私域流量运营指南》等前沿行业报告。 **动态案例库：**收录拼多多裂变营销、小米粉丝运营、瑞幸私域转型等 8 个经典案例。 **企业资源池：**整合阿里妈妈数据银行、企业微信 SCRM 系统等 8 类企业实战工具，引入合作企业真实项目需求。
2.资源建设 开发系列数字化资源包 （1）课程教学大纲、执行大纲、教案 （2）构建“基础 — 重点 — 提升”三层课程体系结构图，基础层通过 “移动电商概述” 奠定知识根基；重点层围绕产品运营、用户运营、活动运营、内容运营、数据运营五大核心模块展开教学；提升层以实训任务强化实践能力。 （3）自制教学用 PPT 课件 22 个 （4）设置互动讨论话题 8 个 （5）拓展阅读和延伸思考资源 33 个，其中案例库 8 个，如小米、完美日记、华西子、东方甄选等 （6）自创实训任务 4 个，综合能力训练 1 个 （7）自创课前测、课后测问卷 2 套 （8）指定竞赛库 3 个

3.实践（实验、实训）教学

构建产教融合生态，三级进阶培养学生实践技能

（1）双元育人：与鸿卓公司共建产业学院，开发《新媒体运营实验》《电商客服实战》等2门校企合作课程，企业真实项目驻校（如MLB抖音运营），企业导师驻场指导。

（2）三级进阶育人：基础层通过案例拆解，培养学生电商思维、变现思维；重点层通过五个核心模块实践，培养技能；提升层通过竞赛平台和企业真实项目开展技能验证，学生竞赛获奖率提升35%，成功孵化3个学生创业项目入驻创新创业园。

（四）课程考核（300字以内）

1.考核内容

课程考核紧扣四大目标：课后作业+课程论文落实理论（目标1）；综合训练+实践任务强化实战（目标2）；案例分析嵌入论文考核生态思维（目标3）；小组互评机制聚焦协作素养（目标4），覆盖度达100%。期末问卷显示，学生目标达成度均分＞85分，成效显著。

2.考核方式

过程性考核（50%）

作业（10%）：理论巩固

课堂（10%）：讨论、自主学习等参与度量化

实训（15%）+综合能力实践（15%）：实战强化+小组协作能力

期末考核（50%）

课程论文要求：5000字+＜15%查重，按选题（10%）、能力（30%）、论证（30%）、规范（10%）、价值（20%）五维评分。采用“量化（百分制）+质性（创新/逻辑）”双轨评价，联动过程（平时50%）与结果（论文50%），全面评估理论迁移与实战创新能力。

（五）教学效果（400 字以内）
1.学生发展 通过"基础（理论）-重点（模拟）-提升（实训）"三阶培养，学生实现能力跃迁，成效显著：一年来获 ican“精创杯”创新挑战赛国赛一等奖、数字经济决策学创杯全国大学生创业综合模拟大赛国赛一等奖、一带一路暨金砖国家技能发展与技术创新大赛国赛二等奖等国家级奖项 16 个，全国电商三创赛省级二等奖等省赛奖项 14 个，6 个团队项目实现商业变现。
2.多元评价 构建"四维九度"多元评价体系，学生学习成果验证教学质量：知识维度（作业/考试达标率 96%）、技能维度（实训任务评分 85+）、创新维度（案例分析、创新方案、社交媒体运营与推广大赛 3 项）、态度维度（课堂表现 98%、团队协作）。课后学生问卷调查显示，学生对课程评价各个维度平均分达到 85 分以上。
3.持续改进 建立"双循环"闭环动态模型。每学期收集 200+份学生反馈，结合企业需求分析报告（如 2024 年直播运营能力缺口预警），年均更新 30%教学案例与 15%实训工具，新增学习通 AI 助教助手；根据四维评价数据，重构内容运营模块知识点集群，使选品决策效率提升 40%。

五、特色创新及示范引领

(一)课程特色及创新点（400字以内）
本课程构建"三阶四融"特色体系: 1.产教融合新范式: 创建"企业项目驻校+竞赛反哺教学"双循环机制，将拼多多裂变营销、小米粉丝运营、瑞幸私域转型8个真实案例作为教学案例，实现教学内容与行业动态同步。 2.能力培养新路径:设计"数字素养×商业思维"双螺旋培养模型，通过“即时创造、直播展示、商业路演答辩”等实战场景，AI助教实时诊断学习难点并生成个性化能力提升方案，使学生技能提升效率提高40%，近两年学生获全国电商类竞赛奖项 30项。 3.教学评价新机制:构建"四维九度"评价系统，通过AI助教采集学习通行为数据、实训项目评分、创新方案等12类指标。 4.思政融合新探索: 通过农产品直播模拟、银发群体数字帮扶等项目，AI助教同步渗透商业伦理教育，培养学生商业伦理与社会责任感。
(二)示范引领（300字以内）
本课程为管理工程学院院级精品课程、示范课程，在电子商务专业建设中发挥示范引领作用。依托课程产出了诸多成果，主要有: 1.校级产教融合项目“产教深度融合创新新商科育人模式” 2.校级开放实验项目“全国跨境电商创新创业能力大赛” 3.校级教改项目“地方应用型高校专创深度融合的探索与实践” 4.院级教改项目“研究性教学模式在经管类专业课程教学中的应用研究” 5.院级教改项目“基于 OBE 教育理念的应用型本科高校课堂教学改革研究” 课程的产教融合模式，在电子商务专业和学院获得推广，受益师生1500余人，“产教融合背景下应用型高校新商科教学与育人模式创新研究与实践”获批河南省教育厅产教融合项目。

六、学院意见

学院负责人签字:

学院盖章:

年　　月　　日

七、附件材料清单

1.最近一学期的教学进度计划表。

2.课程团队10分钟“说课”视频（技术要求：分辨率1080P及以上，MP4格式，课程负责人出镜时间不得少于3分钟）或45分钟课堂实录视频（技术要求：分辨率720P及以上，MP4格式）。

3.课程教学大纲（反映OBE理念，根据课程情况，提供理论课程、课程设计、实习/实验教学大纲）。

4.教学设计方案（提供一节具有代表性的样例和不少于5张现场教学活动的全景图片）。

5.最近一个学期的一节课讲义或PPT课件。

6.教学资源（包括自建课程）列表，并提供网络链接地址。

7.授课教师或团队获得的省级及以上教学成果、教学竞赛奖励，发表的教学论文等（不超过5项）。

8.授课教师或团队成员指导的学生参加与本课程相关竞赛获得的奖励、发表的论文等（不超过5项）。

9.其它特色材料（不超过2项）。