



山西职业技术学院

SHANXI POLYTECHNIC COLLEGE

文化旅游系
国际文化贸易专业
人才培养方案
(2020 级)

二〇二〇年六月

目 录

一、专业名称及代码.....	1
二、招生对象.....	1
三、修业年限.....	1
四、培养目标与培养规格	1
（一）培养目标.....	1
（二）培养规格.....	3
五、课程设置.....	3
六、学时分配.....	6
七、教学进程总体安排.....	8
八、毕业标准.....	10
九、实施保障.....	11
附件 1 国际文化贸易专业人才需求调研报告	20
附件 2 对应“1+X”项目职业技能等级证书标准.....	29
附件 3 国际文化贸易专业课程标准	31
《经济学基础》课程标准	31
《国际贸易理论与实务》课程标准	37
《国际市场营销》课程标准	41
《国际商务谈判》课程标准	45

一、专业名称及代码

专业名称：国际文化贸易

专业代码：630508

二、招生对象

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限

高等职业学校学历教育修业年限为3年。

四、培养目标与培养规格

（一）培养目标

1. 总体目标

培养德、智、体、美全面发展，具有良好的职业道德、熟练的职业技能、精益求精的工作态度、可持续发展的专业能力，掌握本专业必备的基本知识和基本技能，并具有英语应用能力、计算机技术应用能力，在涉外一线岗位从事业务的高素质技能型专门人才。

2. 职业知识目标

- （1）掌握当代国际文化贸易的现状和发展趋势；
- （2）掌握必备的计算机应用、英语、数学的基本知识；
- （3）了解文化产业发展特点和运行机制；
- （4）熟悉通行的国际文化贸易规则、惯例以及中国对外文化贸易的政策法规；
- （5）掌握国际贸易基本理论及相关知识；
- （6）掌握贸易策法规知识、社交礼仪知识、服务标准、服务工作规范知识；
- （7）掌握商务谈判的能力与技巧；
- （8）掌握国际经济学、国际贸易实务、中国对外贸易概论、国际市场营销、商务英语写作等方面的基本理论及知识。

3. 职业素质目标

- (1) 热爱祖国、遵纪守法，树立科学的世界观、人生观和价值观，具有良好的思想品德、社会公德和坚定的政治素养；
- (2) 具有一定的科学素养和文学、艺术修养；
- (3) 具有积极健康、乐观向上的身心素质；
- (4) 具有爱岗、敬业、奉献、协作等职业素养；
- (5) 具有诚信品格、服务意识、质量意识和创新创业意识；
- (6) 具有良好的职业道德与职业操守，具备较强的组织观念和集体意识；
- (7) 具有一定的文学、艺术修养和人文素质；
- (8) 劳动教育课

劳动教育是青年学生形成正确世界观、人生观、价值观的基础。根据中共中央、国务院印发的《关于全面加强新时代大中小学劳动教育的意见》要求，我们要以建构新时代劳动教育体系为经，以提升劳动教育支撑保障能力为纬，注重围绕创新创业，结合学科和专业积极开展实习实训、专业服务、社会实践、勤工助学等，重视新知识、新技术、新工艺、新方法应用，创造性地解决实际问题，使学生增强诚实劳动意识，积累职业经验，提升就业创业能力，树立正确择业观，具有到艰苦地区和行业工作的奋斗精神，懂得空谈误国、实干兴邦的深刻道理；注重培育公共服务意识，使学生具有面对重大疫情、灾害等危机主动作为的奉献精神，构建中国特色劳动教育模式的四梁八柱，为职业院校劳动教育的加强提供了基本遵循。

4. 职业能力目标

- (1) 具有运用辩证唯物主义的基本观点及方法认识、分析和解决问题的能力；
- (2) 能够熟练地掌握一门外语，具有听、说、读、写、译的基本能力；
- (3) 具有计算机应用的能力及信息的获取、分析与处理能力；
- (4) 能利用计算机从事涉外工作；
- (5) 具有人际沟通、组织协调、团队协作和执行任务的能力；
- (6) 具有较强的语言和书面表达能力；
- (7) 具有较强的环境适应能力；
- (8) 具备从事国际市场开发的基础，具有从事国际贸易实务及公共管理工作的能力；

(9) 具有较强的自学能力、分析和解决问题能力及初步的研究创新能力。

(二) 培养规格

人才培养对应岗位

专业名称	主要职业类别	对应岗位名称	职业资格证书或技能等级证书	对应“1+X”项目证书
国际文化贸易	广播电视传输服务	营业员 推销员 出版物发行员	外贸业务员资格证书(中级)	无
	贸易经纪与代理	秘书 公关员	商务秘书职业资格证书(五、四、三级)	无

备注：对应“1+X”项目证书填准确证书名称和等级，若无对应证书填写“无”；无法对应专业群的专业单独编写。

1. 本专业职业岗位与核心能力

职业岗位		主要工作任务	岗位核心能力	对应核心课程	对应“1+X”项目证书	“1+X”证书考核要点
主岗位	发行员	涉外接待 市场营销	外贸发行	涉外接待英语 国际市场营销		
拓展岗位	公关员	跨境电商服务 与管理	公关能力 分析处理能力	现代礼仪 国际商务谈判		

五、课程设置

(一) 课程体系的构建理念

国际文化贸易专业课程体系的构建理念是：以通识教育为目的，培养多元化和动态应用的复合型人才，强调所有课程模块之间，教和学之间的有机联系。在“以学生为本”的现代教育、教学理念基础上，从知识、素质和能力三个方面，建立一切为了学生，适合专业培养目标要求的课程体系。新体系把掌握专业理论知识能力的培养，

操作能力、综合实践能力和创新能力的培养，素质教育、知识传授与能力培养有机融合起来，以提升人才培养质量。

（二）课程体系的开发程序

根据企业人才需求及国际文化贸易专业建设与改革需要，组织行业企业专家、各专业带头人、骨干教师进行专业群课程体系开发。专业群课程体系开发程序是：人才需求调研、毕业生跟踪调查（麦可思报告）→主要职业岗位（群）→具体工作任务（群）→岗位群典型工作任务→完成典型工作任务所需职业能力→专业知识、职业技能→课程体系，构建群内“基础共享，核心分立，拓展互选”的课程体系。

（三）课程体系的结构

底层共享课程（16门）		核心分立课程（8门）	拓展互选课程（5门）
公共基础课（12门）	专业基础课（4门）		
国防教育与军事训练、入学教育	涉外接待英语	★国际贸易理论与实务	汉语口语技巧
思想道德修养与法律基础	茶文化与茶道艺术	★国际贸易法律法规	形体训练
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	管理学原理与实务	★经济学基础	外贸英语函电
大学语文	现代礼仪	★中国对外文化贸易概论	公共关系
基础英语		★国际市场营销	商务应用文
体育		★国际贸易实务英语	
形势与政策		★商务秘书理论与实务	
心理健康		★国际商务谈判	
安全教育			
信息素养概论			
大学生职业发展与就业指导			
创新创业教育			

备注：标注“★”的课程为专业核心课程

（四）核心分立课程简介

课程名称	经济学基础	开设学期	第一学期		
课程代码	0710013	参考学时	68	学分	3.5

本课程是一门专业基础课程，通过本课程的教学，使学生对西方经济学的基本概念、基本理论和基本分析方法有所了解；能够对西方的一些理论进行分析，也能运用这些理论分析现实经济问题；为以后其他专业课程和专业课的学习奠定基础。

课程名称	国际贸易理论与实务	开设学期	第二学期		
------	-----------	------	------	--	--

课程代码	0710124	参考学时	68	学分	3.5
-------------	---------	-------------	----	-----------	-----

本课程旨在针对国际贸易实务的特点和要求，帮助学生从实践和法律的角度分析研究国际贸易适用的有关法律与惯例和国际商品交换过程的各种实际运作，总结国内外实践经验，吸取国际上一些行之有效的贸易习惯做法，以便掌握从事贸易的“生意经”，学会在进出口业务中，既能正确贯彻我国对外贸易的方针政策 and 经营意图，确保最佳经济效益，又能按国际规范办事，使我们的贸易做法为国际社会普遍接受，做到同国际接轨。

课程名称	国际市场营销	开设学期	第四学期		
课程代码	0710131	参考学时	56	学分	3

通过本课程的教学，帮助学生掌握现代国际市场营销的基本原理，培养学生的市场营销实战才干，使学生能运用所学的理论知识，具备进行国际市场营销策划的能力，具备进行国际市场研究的能力，具备制定国际经营战略，选择国际目标市场并进行市场定位的能力，具备进行国际市场产品决策、定价决策、分销决策、促销决策等方面的能力，提高分析和处理国际市场营销问题的综合能力和实践能力。

课程名称	国际商务谈判	开设学期	第三学期		
课程代码	0710132	参考学时	68	学分	3.5

本课程以国际、国内商业事务洽谈活动为对象，融市场营销、市场调研、推销技巧等为一体，涉及商务谈判方案准备、商务谈判磋商、商务谈判签约到合同的履行多个工作任务，训练学生能从商务谈判角度发现问题、解决问题，树立双赢的谈判理念，达成双赢的商务谈判。

课程名称	国际贸易法律法规	开设学期	第二学期		
课程代码	0710128	参考学时	68	学分	3.5

本课程以合同的签订、履行和纠纷处理的基本过程为主线，紧密结合业务操作环节展开，将重心放在国际贸易活动的运作规律和基本法律法规上，突出实用性，培养学生的基本法律素质。此外，采用启发、引导、讨论和模拟等方法并运用图表、注释等形式进行说明，帮助学生对所学知识进行分析、比较和理解，从而将国际贸易法知识、技能与素质相融合。

课程名称	商务秘书理论与实务	开设学期	第三学期		
课程代码	0730017	参考学时	68	学分	3.5

通过学习商务秘书概述、商务秘书工作的基本知识、商务文书、会务工作、事务工作及信息处理等方面内容，使学生掌握商务秘书人员必须具备的秘书基础知识，学会实际（模拟）操作秘书各项日常工作事务，能够运用所学的文书知识完成文书撰拟、文书收发承办督办处理、文档管理等工作，学会拟定大型会议预案，能够组织和协调大型商务会议活动等相关能力。

课程名称	中国对外文化贸易概论	开设学期	第一学期		
课程代码	0710129	参考学时	52	学分	3

讲述了国际文化贸易问题提出的原因及背景，梳理了中国文化实现对外传播的路径，介绍了国际文化贸易本科专业特色及学习方法。随后明确了文化贸易的概念、特点以及发展对外文化贸易的三对关系。教材对文化贸易需求、文化贸易供给、中国文化贸易创新模式进行了重点解析。特别介绍了“走出去”“引进来”“出口不出国”“境内关外文化保税区”等贸易创新模式。同时就培育中国企业作为国际文化市场主体、制定符合中国特色的对外文化贸易的原则及需要遵守的国际规则等进行了阐释。最后通过介绍中国文化体制改革以及英、美文化贸易发展经验，在稳健改革与吸收借鉴中探索中国特色的文化贸易科学发展之路。

课程名称	国际贸易实务英语	开设学期	第三学期		
课程代码	0710017	参考学时	68	学分	3.5

该课程以专业英语为载体，从实践和法律的角度，介绍和描述国际贸易适用的有关专业术语、法律、规则与国际进出口贸易的具体运作流程。旨在培养学生熟练掌握各种国际贸易术语的基本含义与适用范畴，通晓国际贸易基本法律法则与通行惯例，掌握进出口贸易基本环节的具体流程，并具备从事进出口贸易磋商、合同的签订和履行等基本业务所需的技能。该课程设计为双语课，使学生不仅会进行外贸流程操作，还会用英语准确、流利地表达相关内容。在开设本课程前需开设《国际贸易实务》（中文）等课程，同时本课程又为《外贸单证实务》、《商务谈判》等课程准备必要的知识和技能。

六、学时分配

学期	入学教育及军训	课堂教学	集中实训	教学周合计	机动	考试周	学期小计	假期	总计
1	2	13	1	16	1	1	18	6	24
2		17	1	18	1	1	20	6	26
3		17	1	18	1	1	20	6	26
4		17	1	18	1	1	20	6	26
5		0	18	18	1	1	20	6	26
6		0	20	20	0	0	20		20
总计	2	64	42	108	5	5	118	30	148

表 6-1 教学活动按周分配表

表 6-2 学期教学任务书

学期	课程代码	课程名称	课程类型	教学周数	建议周学时	学时数 (理论+实践)
第一学期	2100001	国防教育与军事训练、入学教育	C	2	√	0+48
	1200009	思想道德修养与法律基础	A	13	2	20+6
	1200026	形势与政策	A	√	√	16+0
	1200012	心理健康	A	13	1	13+0
	2100003	安全教育	A	√	√	4+0
	1200030	职业生涯规划与创业就业指导	A	13	1	13+0
	1110046	大学语文	A	13	2	26+0
	1400007	体育与健康	B	13	2	6+20
	1110061	基础英语	A	13	4	52+0
	0710030	现代礼仪	B	13	4	12+40
	0710129	中国对外文化贸易概论	B	13	4	36+16
	0710020	公共关系	B	13	2	16+10
	0710027	汉语口语技巧	B	13	2	10+16
	0710063	礼仪实训	C	1	1周	0+22
		劳动教育	C	√	√	0+4
	合计学时					224+182=406
第二学期	1200010	思想道德修养与法律基础	A	17	2	24+10
	1200027	形势与政策	A	√	√	16+0
	2100004	安全教育	A	√	√	4+0
	1110058	大学语文	A	17	2	34+0
	1400008	体育与健康	B	17	2	6+28
	2100010	创新创业教育	B	17	2	12+22

	0730014	涉外接待英语	B	17	4	34+34
	0710013	经济学基础	A	17	4	52+16
	0710124	国际贸易理论与实务	B	17	4	34+34
	0710126	管理学原理与实务	B	17	2	24+10
	0710008	形体训练	B	15	2	2+28
	0710127	涉外接待实训	C	1	1周	0+22
		劳动教育	C	√	√	0+4
	合计学时					
第三学期	1200037	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	A	17	2	26+8
	2100005	安全教育	A	√	√	4+0
	1400009	体育与健康	B	17	2	6+28
	1200028	形势与政策	A	√	√	16+0
	0710017	国际贸易实务英语	A	17	4	34+34
	0730017	商务秘书理论与实务	A	17	4	34+34
	0710128	国际贸易法律法规	A	17	4	68+0
	0710132	国际商务谈判	B	17	6	68+34
	0710133	模拟谈判实训	C	1	1周	0+22
		劳动教育	C	√	√	0+4
	合计学时					
第四学期	1200029	形势与政策	A	√	√	16+0
	2100006	安全教育	A	√	√	4+0
	1200038	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	A	17	2	28+6
	1200041	职业生涯规划与创业就业指导	A	17	1	17+0
	0911001	信息素养概论	B	17	4	10+58
	0710134	茶文化与茶道艺术	B	17	4	10+58
	0710131	国际市场营销	B	17	4	34+34
	0710016	商务应用文	B	10	4	20+20
	0710137	外贸英语函电	B	14	2	18+10
	0710140	外贸模拟实训	C	1	1周	0+22
		劳动教育	C	√	√	0+4
合计学时						157+212=369
第五学期	2100007	安全教育	A	√	√	4+0
	0411164	跟岗实习	C	20	20周	0+520
	合计学时					
第六学期	2100008	安全教育	A	√	√	4+0
	0411142	顶岗实习	C	17	17周	0+442
	0710067	毕业设计（论文）	C	3	3周	0+78
	合计学时					
合计	实践学时数		1806		总学时	2693

	实践学时所占比例	67%
说明: 1.课程类型: A类(理论课) B类(理论+实践课) C类(实践课) 2.课程代码为教务管理系统中的课程代码,同一课程在不周学期开设使用不同代码。		

七、教学进程总体安排

表 7-1 教学进程安排表

课程结构	序号	课程名称	学时			考核方式	学时分配						学分	
			总学时	理论	实践		第一学年		第二学年		第三学年			
							第一学期 16周	第二学期 18周	第三学期 18周	第四学期 18周	第五学期 20周	第六学期 20周		
公共基础课程	1	国防教育与军事训练、入学教育	48	0	48	综合评价	2w							2
	2	思想道德修养与法律基础	60	44	16	过程考核+测试	2	2						2+2
	3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	68	54	14	过程考核+测试			2	2				2+2
	4	形势与政策	64	64	0	综合评价	√	√	√	√				1
	5	心理健康	13	13	0	综合评价	1							1
	6	安全教育	24	24	0	综合评价	√	√	√	√	√	√		1.5
	7	体育	94	18	76	过程考核+测试	2	2	2					1.5+2+2
	8	大学语文	60	60	0	过程考核+测试	2	2						1.5+2
	9	基础英语	52	52	0	过程考核+测试	4							3
	10	信息素养概论	68	10	58	过程考核+测试				4				3.5
	11	大学生职业发展与就业指导	27	21	6	过程考核+测试	1			1				1+1
	12	创新创业教育	34	12	22	综合评价		2						2
小计			612	372	240		12	8	4	7			33	
专业课程	1	中国对外文化贸易概论	52	36	16	过程考核+测试	4							3
	2	现代礼仪	52	12	40	过程考核+测试	4							3
	3	礼仪实训	22	0	22	过程考核+测试	22							1.5
	4	涉外接待英语	68	34	34	过程考核+测试		4						3.5
	5	经济学基础	68	52	16	过程考核+测试		4						3.5

	6	国际贸易理论与实务	68	34	34	过程考核+测试		4												3.5
	7	管理学原理与实务	34	24	10	过程考核+测试		2												2
	8	涉外接待实训	22	0	22	过程考核+测试		22												1.5
	9	国际贸易法律法规	68	68	0	过程考核+测试			4											3.5
	10	国际贸易实务英语	68	34	34	过程考核+测试			4											3.5
	11	商务秘书理论与实务	68	34	34	过程考核+测试			4											3.5
	12	国际商务谈判	102	68	34	过程考核+测试			6											5
	13	模拟谈判实训	22	0	22	过程考核+测试			22											1.5
	14	茶文化与茶道艺术	68	10	58	过程考核+测试				4										3.5
	15	国际市场营销	68	34	34	过程考核+测试				4										3.5
	16	外贸模拟实训	22	0	22	过程考核+测试					22									1.5
	17	劳动教育	16	0	16	过程考核+测试	√	√	√	√										1
	18	跟岗实习	598	0	598	综合评价					3W	20W								23
	19	毕业设计（论文）	78	0	78	综合评价												3W		2
	20	顶岗实习	442	0	442	综合评价												17W		17
小计			2006	440	1566			8	14	18	8									90
专业拓展课程	1	汉语口语技巧	26	10	16	过程考核+测试		2												1.5
	2	公共关系	26	16	10	过程考核+测试		2												1.5
	3	形体训练	30	2	28	过程考核+测试			2											1.5
	4	外贸英语函电	28	18	10	过程考核+测试					2									1.5
	5	商务应用文	40	20	20	过程考核+测试					4									2
小计			150	66	84			4	2	0	6									9
选修课程	1	公共选修课 1																		1
	2	公共选修课 2																		1
	3	公共选修课 3																		1
	4	公共选修课 4																		1
小计																				4
合计			2768	878	1890			24	24	22	21									136

说明:

1. 校外外集中实训、毕业设计、顶岗实习周学时按 26 学时计算;
2. 标示“√”课程不占用正常教学时间, 以讲座形式开展;
3. 公共选修课学时不计入总学时, 只计学分。

表 7-2 可开设的非限定性专业选修课一览表

课程名称	课程类型	教学周数	建议周学时	学时数	学分
晋商文化	A	15	2	30	1.5
职业形象设计	B	15	2	30	1.5
国际商务交际	B	15	2	30	1.5
口译技巧	B	15	2	30	1.5

表 7-3 实践教学项目一览表

实践教学项目	开设学期	开设地点	教学周数	总学时数
礼仪实训	1		1 周	26
涉外接待实训	2		1 周	26
模拟谈判实训	3		1 周	26
外贸模拟实训	4		1 周	26
劳动教育	1、2、3、4		实训周内	16

八、毕业标准

(一) 学分要求

学生须修完本专业培养方案中公共学习领域课(33 学分)、专业学习领域课(90 学分)、拓展学习领域课(9 学分)、公共选修课(4 学分)、专业选修课(9 学分), 总学分达到 145 学分。

必修课、公共选修课(其中面授选修课 1 门, 网络选修课三门或 60 课时)成绩合格。

(二) 素质要求

三年修业期间, 素质拓展达到合格标准, 取得学院颁发的素质评定证书。

(三) 职业资格证书要求

毕业前需取得以下职业资格证书或技能等级证书。

类别	资格证(技能证)名称	考核等级	考核学期	要求	职业编码
通用资格	普通话水平测试等级证书	二级乙等			
	茶艺师资格证书	中级			
职业资格	商务秘书职业资格证书	五、四、三级			
	外贸业务员资格证书	中级			

九、实施保障

（一）师资队伍

本方案实施需要建立由专业带头人、骨干教师、“双师素质”教师、企业技术专家或技术能手共同组成的教学团队，生师比建议不高于 16:1；具有研究生学位教师占专任教师的比例达 35%以上；具有高级职务教师占专任教师的比例达 30%以上；专业基础课和专业课中双师素质教师比例达 70%以上；兼职教师数占专业课与实践指导教师合计数之比达 40%以上。

1. 专业带头人

校企各配置 1 名专业带头人。校内专业带头人应具有副高及以上技术职称，从事国际贸易教学工作 10 年以上；对本专业的前沿动态、行业发展、岗位需求等有较深入的了解，准确把握国际文化贸易专业建设与教学改革方向，具有对本专业发展的规划能力；主持省级以上科研和教研项目；与贸易行业企业联系紧密，在行业和企业中具有一定的知名度。专业带头人必须是“双师素质”教师。校外专业带头人应为本专业领域资深专家，在行业企业中具有较大的影响力。

2. 骨干教师

专业教学团队应配置骨干教师 3 名以上。骨干教师应具有中级及以上职称，从事国际贸易教学工作 5 年以上，具有国际贸易的理论与实践经验；承担 2 门以上专业课，具有课程开发及教学设计的能力，能够合理利用各种教学条件，采用不同教学方法和手段组织教学；能够开发校本教材、实训指导书，制作多媒体教学课件，建设精品网络资源共享课；到校企合作企业挂职锻炼，熟悉国际文化贸易的现状趋势，熟悉毕业生所从事工作岗位的要求，骨干教师必须是“双师素质”教师。

3. “双师素质”教师

“双师素质”教师应具有高等学校助理讲师（或以上）教师技术职务，年度考核合格，又具备下列条件之一：近五年有两年（可累计）以上企业工作经历；近五年有三年（可累计）以上企业兼职工作经历；近五年主持（或主要参与）2 项应用技术研究，成果已被企业使用，效益良好；近五年主持（或主要参与）两项校内实践教学设施建设或提升技术水平的设计安装工作，使用效果好，在省内同类院校中居先进水平；具有中级（或以上）工程系列专业技术职称或国家注册执业资格证书、职业资格证书者。其他情况可由学院教学指导委员会认定。

4. 兼职教师

企业兼职教师应具有熟练的外贸行业企业岗位技术能力和一定的教学水平，从事

外贸相关岗位工作 3 年以上；具有中级以上专业技术职务或高级工以上职业资格或在本行业享有较高声誉、具有丰富实践经验和特殊技能的“能工巧匠”；企业兼职教师上课或担任学生实践指导任务前，需经过教育教学培训；企业兼职教师承担专业实践课及顶岗实习学时数达 50%以上，形成稳定的企业兼职骨干教师队伍。

5. 本专业教师实际配备情况

国际文化贸易专业教学团队成员共 10 人，其中 9 人为专职教师，1 人为兼职教师，兼职比例占 10%。专职教师中副教授以上职称 2 人，中级职称 4 人。专职教师全部是硕士以上学位，9 人为“双师”型教师，并挂职企业。兼职教师为行业专家、企业总经理，在行业有较大的影响力。年龄结构为：30—40 岁教师 8 人，40 岁以上的教师 2 人，教师平均年龄为 36 岁。

（二）教学设施

校内实训室（基地）一览表

实训室	设备名称	实训功能
形体训练室	音响；落地镜；把杆；衣帽柜；60 套踏板、垫子、健身球等器材	形体训练； 礼仪实训等
茶艺实训室	占地面积约 50m ² ，共有茶艺桌 9 张，各类茶叶及茶具若干，可以同时满足 32 人（8 组）进行茶艺实训。同时，配有多媒体设施，可以满足教学使用。	茶艺实训 礼仪实训等
多媒体语音实训室	1、硬件 专业投影机；专业金属投影屏幕；专业高端三维图形工作站；视频矩阵切换器；多通道数字图像融合机；大屏幕 LCD 显示器；专业投影机吊架及配件；高级专业偏振玻璃镜头；专业立体眼镜；立式机柜；多媒体中控台；专业音响；无线麦克风等 2、软件 程序编辑软件；多通道立体投影播放软件；电子商务平台系统等	国际文化贸易实训 电子商务实训等
国际贸易实训室	电脑若干台，专用服务器，世格外贸教学软件，国际商务单证实务教学系统。	提供对外综合模拟实训，包括整个国际贸易的流程和各个环节的操作； 提供单证报关模拟练习系统，学生通过反复实践，能够快速、熟练、规范地掌握单证报关操作的要领和技能。

（三）教学资源

1. 教材资源

教材是教学内容的载体，可以呈现教学大纲的内容，也可以提现教学方法。内容适度、结构合理的教材是教学质量保证的重要因素，建议从以下几方面加强教材建设。

(1) 校企合作共建“理实一体化”教材

专业组教师要联合企业一线技术专家，紧贴生产实际，合作完成教材编写。

教材要将真实项目引入教材，实现理论知识学习和实际应用一体化；教材要面向教学过程、结合学生实际合理设置理论教学和技能训练环节，实现“教、学、做”甚至是“教、学、做、考”合一。

教材以项目为核心，每一教学单元建议采用教学导航、课堂讲解、课堂实践、课外拓展的环节开展教学。教学单元结束后，通过“单元实践”进一步提升技能；相关课程结束后，通过“综合实训”提升学生的综合能力。

(2) 选用优质的国家级高职高专规划教材

充分利用多年来各出版社的教材建设成果，尤其是国家级“十二五”规划教材、“教育部高职高专规划教材”、“21世纪高职高专教材”等精品教材、优质教材，根据本专业课程和教学要求选用合适的教材。

2. 网络资源

以信息技术为手段，以网络为平台，构建体系完善、资源丰富开放式的专业教学资源。同时要善于整合、消化、吸收企业优秀教学资源，使其实行共享。

网络资源需从以下几方面进行建设：

(1) 专业建设方案

专业建设方案包括：专业简介、专业人才培养方案、课程标准、教学文件等。

(2) 课程资源

①基本资源。基本资源应包含课程简介、课程标准、教学大纲、授课计划、教案、多媒体课件、学习指南、习题、实验实训项目、电子教材、试题库等。

②拓展资源。拓展资源是在基本资源基础上，面向学生和社会学习者扩展的自学、培训、进修、检索、科普、交流等内容，体现课程技术特点并向产业领域扩展。拓展资源包括素材库、培训包、工种包、企业案例、参考网站等。

③课程视频。课程视频包括课程整体设计介绍、课程单元设计说明等课程设计指导，课堂授课、现场教学、实训实习等教学场景，原理结构、工作过程、业务流程、操作步骤、技术细节、安全禁忌等内容。

(3) 人文素养教学资源

①品德德育教学资源库。包含思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、职业生涯规划与创业就业指导等课程的课程资源，思政网站等。

②基础文化课教学资源库。包含本专业开设的高职语文、高职英语、计算机应用基础、体育等文化基础课程的课程标准、教材、课件、案例库、习题库、视频资料等教学资源。

③职业拓展教学资源库。包含本专业开设的心理健康、形式与政策、拓展学习领域课程及公选课等课程资源。

（四）教学方法

1. 教学运行与实施方案设计

为实施全面的教学运行和质量管理工作，根据高职教育规律和我院实际情况，在教学管理上实行学院和系部两级管理，针对影响教学质量的环节和因素，采取切实可行的措施对教学全过程进行质量控制。

（1）院系两级管理体制

以“院长—主管副院长—教务处”为院级管理和以“系主任—主管副主任—专业室主任—教学秘书”为系部管理的两级教学管理体系，分别承担教学管理工作。院级管理工作的重点是突出目标管理、重在决策监督，系级管理工作重点突出过程管理和组织落实。

（2）实施方案设计

①组织制定人才培养方案和课程标准。人才培养方案是人才培养目标、规格以及培养过程和方式的总体设计，是学院保证教学质量的重要文件，是组织教学过程，安排教学任务的基本依据。课程标准是落实培养目标和人才培养方案最基本的教学文件，应准确的贯彻人才培养方案所体现的教育思想和培养目标。课程标准内容包括本课程的性质、学时、课程目标、课程内容、教学实施、考核评价等，由各专业组织编制。

②课堂教学的组织管理。系（部）聘任有相应学识水平、有责任心、有教学经验的专任或兼职教师任课。组织任课教师认真研究课程标准，组织编写或选用与标准相适应的教材和教学参考资料；要求教师认真履行教师岗位职责，按教学规律讲好每一节课；组织教师开展教学方法的讨论和研究，合理使用现代化教学手段，充分利用教学资源，保证课堂教学质量。

③理实一体及实践性教学的组织管理。根据职业教育的特点，合理开发理实一体的课程及综合实践性教学课程，并促进项目的实施。理实一体化课程及实践性教学内

容要严格按人才培养方案和课程标准的要求进行教学，充分发挥校内外实训基地的教学资源，任课教师要设计好每一节或每个项目的教学做环节，训练学生的专业基本技能和综合职业能力。

④对学生考核的管理。凡是培养方案规定开设的课程都要对学生进行考核。根据课程特点和性质采用多样化的考核方式和方法，考核重点放在学生的综合素质和能力的评价方面。

2. 教学质量保障

经过多年实践，学院已经形成和建立了行之有效的教学管理制度和教学质量监控体系，对规范正常教学秩序、严格教学管理，保证教学质量起到了积极的保障作用。

(1) 教学管理

①日常教学管理。为保证人才培养方案的有效实施，按照教务处统一的教学运行文件，教务处及系（部），对学院教学运行进行日常检查、抽查、和学期检查。一般采取听课、检查任课教师的教学文件、召开学生座谈会、对学生进行问卷调查等形式，对出现的问题及时纠正改进，以确保方案的正常运行。

②建立教学工作例会制度。根据学院教学工作需要，由教务处协助主管教学副院长定期和不定期召开教学工作会议，全体系（部）主任及相关部门人员参加。通过教学工作例会，传达并学习最新职教发展动态和教学改革理念，布置学院教学发展改革任务，了解系（部）日常教学及专业、课程建设工作进展情况，研究和处理人才培养方案执行中出现的各种问题等。

③系（部）教学管理。系（部）定期召开专业主任会议和任课教师会议，及时掌握教学过程情况，总结教学工作和教学管理工作经验，及时研究解决教学过程中出现的问题。各专业要在每学期初制定出工作计划，组织集体备课、观摩教学、开展教学研究，了解教师教学进展情况，按学院安排进行教学检查。

(2) 教学质量监控体系

①教学督导委员会组织机构

建立院系两级教学督导委员会，分级管理，分工负责，协同监控。

院级教学督导委员会由学院党委书记任主任，分管教学工作和学生工作的两位副院长任副主任，同时聘请具有丰富教学经验的在职或离退休教师、具有丰富管理经验的的教学管理人员组成山西职业技术学院教学督导委员会。院级教学督导委员会由督导中心牵头，以教学目标和主要教学环节的宏观监控为主，在院领导的直接领导下，负责全校教学质量监控工作的总体协调，确保教学质量的稳步提高。主要工作职责：一

是对专业设置的论证、专业人才培养方案及相关教学文件的审核；二是通过深入课堂、实验室、实习基地，客观掌握教学运行的全过程，提出督导建议，为学院有关教学决策提供参考依据。

系级教学督导委员会由系主任负责，成立由校企合作工作委员会委员和专家、优秀毕业生代表组成的人才培养质量监控小组。系级教学督导委员会的主要职责：以教学过程自我监控为主，在主要负责人的领导下，负责对本单位的整体教学工作、教师的教学情况、学生的学习情况进行监控。负责组织各专业的听课、试卷命题、阅卷、试卷质量分析、毕业论文质量分析等工作，并通过学院、系部、专业教研室组织的各类检查评估（教案、作业布置与批改、教学进度计划、学生评教、教师评学、教研活动的开展等），严把各个教学环节的质量。

②日常教学督导

听课制度：院级领导每月听课次数不少于 1 次；值班中层干部每周听课不少于 1 次；系（部）主任、副主任及系（部）书记每月听课不少于 2 次。学院和系（部）各级党政干部深入教学第一线，及时了解教学情况，倾听师生意见，发现并解决教学中存在的问题，避免教学一线与管理层的脱节，保证教学管理工作的针对性和有效性。

学生教学信息员制度：以专业班级为单位，确定思想品德优良，有参与教学管理的积极性，善于联系老师和同学，能客观反映广大学生的意见学生代表和学生干部，举行学期座谈会，填写任课教师评分表，给学生以畅通的渠道反映本系、本专业的教学管理、办学条件和教学质量中存在的问题并对教学提出意见和建议，使系部的管理和教学更加贴近学生、贴近实际。

教学检查与管理制度：从学期初到学期末，院、系两级安排不少于 2 次的集中教学检查，采取听（听课、召开座谈会听取师生的反映）、看（查看教学条件和管理软件）、查（抽查教案、学生作业、实验报告、实习报告、课程设计、毕业设计等）、评（对教学条件、状态、效果进行评价）。教学情况的检查工作贯穿始终，发现问题及时反馈并解决落实。

（五）教学评价

（一）专业人才培养模式

本方案实施中，学生用四个学期时间，实行工学交替式学习，再用一年的时间进行顶岗实习。这样，学生在毕业时就能直接上岗，成为“下得去、用得上、上手快、干得好、留得住”的高技能、实用型人才。

国际文化贸易专业的教学分为两个阶段:第一阶段是第一到四学期,采用工学交替的形式;第二阶段是第五、六学期,采用集中顶岗实习的形式。

在第一阶段,第一、二学期在进行理论教学的同时,到文化企事业单位进行认知性实践教学,使学生了解和体验专业各岗位的工作流程,培养学生专业基础知识和良好的职业情感与职业态度,加强对专业的认同感。第三、四学期充分利用寒暑假,采用长(2个月以上)短(1个月以内)结合的办法,实施柔性教学,在保证完成教学总体目标的前提下,灵活安排教学时间,到企业进行岗位零距离实训,学习理论技能知识。注重学生校内专业课程的学习与企业实际工作的一致性,从而培养学生的全局观念、协作观念和良好的职业道德,提高学生适应社会、与人交往及自我调节的能力。

在第二阶段,学生进入企业进行为期一年的顶岗实习,学生根据自己的所长选择实习岗位,在顶岗实习期间,完成毕业论文。在顶岗实习的过程中,我系施行实习生巡回指导制度,加强实习的指导与过程控制。学生顶岗实习成绩的评定由两部分组成:一是学生与实习岗位相关的毕业论文,评价的主体是学校;二是企业对学生的评价,评价的主体是企业。通过对顶岗实习成绩的评定,可以较好地实现学生顶岗实习期间的过程管理与质量监控,保证人才培养目标的顺利实现。顶岗实习结束后,按双向选择的原则,学生可与企业签订劳动就业合同。

(二) 建议与说明

1. 教学方法、手段与教学组织形式建议

对于公共基础课,建议采用启发式授课方式,一讲授为主,配合简单实验,多采用案例法、推理法等,深入浅出地讲解理论知识,可制作图表和动画,易于学生理解。

对于基本技能课和岗位能力课,建议采用训练考核的教学方法,在讲清原理的基础上以实践技能培养为目标,保证训练强度达到训练标准,实践能力达到技术标准。可采用演示、分组辅导,需要提供较为详尽的训练指导、动画视频等演示资料。

对于理实一体化课和综合能力课,可采用项目教学法,按照项目实施流程展开教学,让学生间接学习工程项目经验。项目教学法尽量配合小组教学法,可将学生分组教学,并在分组中分担不同的职能,培养学生的团队合作能力。

2. 推行“多证书”制度

根据人才培养方案中对资格证书的要求,在原有“双证书”的基础上推行“多证书”制度,拓展职业资格考试范围,增加职业资格鉴定,保证毕业生“双证书”获取率达95%以上,以此推进工学结合,工学交替,培养和提高学生的岗位工作能力。

3. 方案执行的基本要求

该方案适用于三年制高职计算机应用技术专业学生；在执行该方案时应制定实施性教学计划，可以根据市场人才需求适当调整课程；按要求配备专任教师和企业兼职教师，专任教师及兼职教师应达到方案规定的素质要求；在实施理实一体课程时，具备相应的教学实训条件；在教学实施过程中，如有问题及时向系部反映，确保问题及协调解决，保证人才培养方案的顺利实施。

4. 编制依据

- (1) 《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010-2020年）》；
- (2) 《关于确定国家示范性高等职业院校建设计划骨干高职院校立项建设单位的通知（教高【2010】8号）》；
- (3) 《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》（教高【2006】16号）；
- (4) 《高等职业学校国际文化贸易专业教学标准》；
- (5) 《国际文化贸易专业人才需求调研报告》；
- (6) 《山西职业技术学院关于制定和修订专业人才培养方案的指导性意见》。

（六）质量管理

为保证人才培养方案的执行，在教学运行中严格执行学院制定的教学工作规范、教学计划、课程标准和教学进程，严格教学事故的认定与处理，严格执行教学评价制度，严格执行课堂教学和实践教学过程的检查制度，严格教学文件的规范管理，保证人才培养方案的顺利实施、教学秩序的稳定和教学质量的提高。

1. 教师管理制度

- (1) 山西职业技术学院专业带头人评选管理办法
- (2) 山西职业技术学院骨干教师选聘管理办法
- (3) 山西职业技术学院兼职教师管理办法
- (4) 山西职业技术学院“双师”素质教师队伍建设管理办法
- (5) 山西职业技术学院校企人员互聘管理办法
- (6) 山西职业技术学院教师到企业实践锻炼管理办法
- (7) 教师系列津贴量化考核办法
- (8) 山西职业技术学院教师任课管理办法

2. 教学管理制度

- (1) 山西职业技术学院关于课堂教学的若干规定
- (2) 山西职业技术学院教师编写教案若干规定

- (3) 山西职业技术学院课程表编排规程及运行管理办法
- (4) 山西职业技术学院教师课外辅导、批改作业若干规定
- (5) 山西职业技术学院日常教学检查值班制度
- (6) 山西职业技术学院关于停、调课的有关规定
- (7) 山西职业技术学院教学事故认定和处理办法
- (8) 山西职业技术学院关于学期教学检查的规定
- (9) 山西职业技术学院听课制度
- (10) 山西职业技术学院学生评教管理办法
- (11) 山西职业技术学院学生教学信息员管理制度
- (12) 山西职业技术学院校本教材建设管理办法
- (13) 山西职业技术学院课程建设项目管理办法
- (14) 山西职业技术学院考试工作管理办法
- (15) 山西职业技术学院考试违规处理办法
- (16) 山西职业技术学院毕业考核管理规定

3. 实习实训制度

- (1) 山西职业技术学院实习管理办法
- (2) 山西职业技术学院顶岗实习管理办法
- (3) 山西职业技术学院校内实训基地建设管理办法
- (4) 山西职业技术学院校外实训基地建设管理办法
- (5) 山西职业技术学院实训（实验）室安全制度
- (6) 山西职业技术学院仪器设备管理办法

附件 1 国际文化贸易专业人才需求调研报告

一、调研目的与对象

(一) 调研目的:

国际文化贸易是一个崭新的,集传媒经济、国际贸易、文化研究、经济学、传播学等知识为一体的跨专业学科领域,瞄准国际文化贸易发展的前沿问题和最新动向。以国际文化贸易理论、国际市场营销等为主干专业课程,重点培养掌握国际文化贸易基本理论与方法,广泛了解国际文化贸易前沿问题,熟练掌握国际文化营销与策划、市场运作、谈判技巧等方面的知识与技能。本专业方向培养具备经济、贸易、文化、传播、法律、管理等方面的基础知识,掌握当代国际文化贸易的现状和发展趋势,熟悉通行的国际文化贸易规则、惯例以及中国对外文化贸易的政策法规,了解文化产业的发展特点和运行机制,能在广播电视机构或其他文化机构、涉外经济贸易部门、企事业单位以及政府机构从事对外文化贸易、管理、研究、发行和策划等方面工作的专门人才。国际文化贸易专业毕业生的就业选择是开放的、多元的。可以去广播电视机构或其他文化机构,从事影视文化作品、艺术作品、文学作品的海外发行;也可以到涉外经济贸易部门,企事业单位以及政府机构,从事对外经济与贸易、对外文化交流工作;还可以在文化产业的其他领域为其商业发展创造机会,如采购、发行、营销、策划、教学、研究、公关、翻译。

目前国内仅有五所院校开设了国际文化贸易专业:中国传媒大学于 2007 年开设国际贸易(文化贸易方向)专业,于 2009 年正式通过教育部批准更名为国际文化贸易专业。北京第二外国语学院于 2007 年开设国际经济与贸易(文化贸易方向),于 2009 年正式通过教育部批准更名为国际文化贸易专业。除以上两所高校开设国际文化贸易专业外,还有中国传媒大学南广学院也开设此专业。济南大学、云南财经大学的新闻学专业下设有该专业方向。

高职教育是坚持以就业为导向,以能力为本位,以服务为宗旨的大众教育。为彰显职业教育的特色,通过本次调研收集和分析国际文化贸易专业学生的社会人才需求状况信息,了解社会、行业以及企业对国际文化贸易专业人才知识、技能、素质要求的变化趋势,为我院国际文化贸易专业的专业设置、招生规模、学生就业指导提供信息,为专业人才培养目标定位、教学计划和课程标准的修订、教学的改革提供依据和帮助,提高我系国际文化贸易人才培养质量及毕业生的就业质量。

在这种大的市场环境下，我们设计了这次有关国际文化贸易的市场需求及可行性的调查活动，主要是为了获取有关太原市文化企事业单位及贸易行业的各种信息，给想从事文化贸易行业的人提供参考，使他们更好的了解文化贸易行业的市场需求和发展潜力。通过这次社会调研，分析出国际文化贸易行业的典型工作任务、课程设置等，从而形成一套基于工作过程的国际文化贸易专业人才培养方案。

（二）调研对象：

太原市抽样调查文化企事业单位、不同年龄段、不同收入水平的消费人群。

二、调研方法与内容

（一）调研方法：

本次调研主要采用简单随机抽样方法，即按照随机的原则从调查总体中不加任何分类、排序、分组等先行工作，直接地抽取调查样本单位。各单位被抽到的机会完全均等，相互独立，排除了抽样过程中各种主观因素的干扰。纯随机抽样法又称简单随机抽样，是最基本的抽样方法，分为重复抽样和不重复抽样。在重复抽样中，每次抽中的单位仍放回总体，样本中的单位可能不止一次被抽中。不重复抽样中，抽中的单位不再放回总体，样本中的单位只能抽中一次。社会调查采用不重复抽样。本次调研中主要采用不重复抽样。

对于数据的分析，我采用定量分析与定性分析相结合。定量分析是指从事物的数量方面入手，运用一定得统计分析或数学分析方法进行数量对比研究，从而挖掘出事物的数量中所包含的事物本身的特征和规律性的分析方法。首先，通过调查报告得出的数据，我要先进行定量分析，运用各种统计方法比如直方图或者饼状图得所占的比例，从而得出个人形象设计业的发展市场潜力。运用单变量统计分析或者双变量统计分析得出不同的因素对不同人群在享受个人形象设计服务时的影响，以及在这些因素中哪个影响最大，哪个影响微不足道，也可以说是研究各个因素之间的因果关系。

还可以结合定性分析的方法，定性分析主要是利用辩证思维、逻辑思维、创造性思维等思维方法对事物本质的规定性进行判断和推理。比如，针对定量分析的结果，可以运用经济学中的需求理论和成本理论以及竞争理论等理论知识对市场发展方向做出一定的估计，还可以利用学过的《消费者行为学》了解到消费者的行为动机，更好的说明品牌印象与认知、消费者需求偏好、广告媒体、定价策略等等因素对于指导消费者的行为有什么作用。

本次调研采用文化企事业单位香现场访谈法、问卷调查法、电话访谈等方法进行，然后采用对比研究、数据分析等方法完成调研数据的评价，最终完成调研报告的撰写。

（二）调研内容：

根据选用的调研方法列出详细的调研内容，内容包括：

1. 用人单位的岗位需求情况。
2. 用人单位各岗位的具体工作任务。
3. 专业岗位职业能力。
4. 专业岗位素质要求。
5. 市场需求情况。

三、调研分析

（一）国际文化贸易行业的市场发展现状

随着经济全球化的浪潮，文化贸易已经成为国际贸易的重要组成部分。从总体上看，国际贸易的形式分为两种：货物贸易和服务贸易，按照日内瓦 WTO 统计和信息系系统（SISD）提供的文献，按照国际服务贸易分类表，全球的服务部门可以分为 11 个大类 142 个服务项目。其中第 10 个大类为：娱乐、文化与体育服务，包括娱乐服务（含剧场、乐队与杂技表演等）；新闻机构；图书馆、档案馆、博物馆及其他文化服务、体育及其他娱乐服务。此外还包括商品服务 F 类别中的印刷、出版及通信服务 D 类别中的视听服务，如电影与录像带的生产与批发，电影放映，无线电视与电视、录音等。在 WTO 组织成员之间的谈判和协议中，文化的引进和输出不仅仅作为一种文化交流活动，而且是国际贸易的一个重要而且特殊的组成部分，因此理所当然地被纳入了许多国家对外贸易的战略研究视野。

国际上一些贸易研究机构和专家，把文化贸易分为硬件贸易和软件贸易。一般来说，硬件指用来生产、储存、传播文化内容的器物工具和物态载体，如摄影器材、视听设备、影视器材、舞美设备、游戏和娱乐器材、艺术创造和表达的工具等，软件则指文化内容和文化服务，包括广播电视节目、电影动画片和故事片、印刷品、出版物、视听艺术、表演艺术、载有文化艺术内容的光盘、视盘和多媒体、娱乐、会展等。

根据联合国教科文组织的资料，过去 20 年间，全球文化贸易总额一直在持续增长。从 1980 年到 1998 年间，印刷品、文学作品、音乐、视觉艺术、摄影、广播、电视、游戏和体育用品等文化贸易的年贸易额从 953 亿美元猛增到了 3879 亿美元。但是，这

些贸易绝大部分在少数发达国家之间进行。1990年，日本、美国、德国和英国是世界上最大的文化贸易出口国，占全球当年文化贸易出口额的55.4%，而文化贸易的进口额也高度集中在美国、德国、英国和法国，占全球当年文化贸易进口额的47%。跨入21世纪以后，文化贸易的进出口大国排序有所更替，然而总体格局并没有变化。

随着中国走向国际贸易大国，中国的对外文化贸易有了历史性的增长。由于统计方式的不一致，国内外对中国对外文化贸易现状有不同的判断。比如：联合国教科文组织的一份文件，认为1995年以后中国与美国、日本、英国和法国，并列于世界文化贸易的五强。但是，中国出口的文化商品50%以上是游戏、文教娱乐和体育设备及器材，被认为是世界上文化硬件出口的第二大国；而文化软件的出口，在中国还是一个薄弱环节。这不但与中国作为国际贸易第三大国的地位不相符合，而且存在巨大的贸易逆差。根据中国统计年鉴的资料，2001年我国电影、音像制品的出口总额为0.3亿美元，而同年的进口额为0.5亿美元；同年我国引进和输出图书版权的比例为11:1；而2003年，我国音像制品的进出口金额之比进一步扩大到9:1。

造成上述情况的原因之一是观念定位问题。我们长期以来没有把文化软件看做是重要的出口商品，缺乏对国际文化市场的认真研究，缺少对文化资源的市场化开发，几乎没有在国际上被广泛认可的文化商品和服务名牌。在世界四大文明古国中，中国是唯一保持了历史延续性而没有中断的文化之邦。然而，五千年积淀的丰富文化资源，不能直接转化为文化商品和服务出口，必须针对国际市场的需求，经过产业化的再创造和生产，才能打入已经较为成熟和竞争激烈的国际文化市场。原因之二是主体的缺乏。开展文化对外贸易的主体是优秀的企业以及它们打造的产品，尤其是名牌产品。而它们走向世界不能主要依赖国内政策的保护，必须形成一套适应国际市场的整体策划创新能力、市场拓展能力、成本控制能力。现在我国几十万个文化企事业单位中，很多单位还处在从事业单位向企业转型的过程中。原因之三是政策的缺位。一个文化贸易的出口大国需要有一整套经常调整的、重在推动本国文化贸易国际化促进的法律和政策，包括文化贸易的外汇管理、项目审批、商品结构、区位重点、税收优惠政策等，我国目前急需研究制定这样的文化贸易法律和政策框架。

（二）国家文化贸易行业的市场发展前景及意义

21世纪前20年，是中国改革开放和现代化建设的重大战略机遇期。大力发展对外文化贸易，对于我们抓住这一战略机遇期，全面推进我国的文化建设乃至整个现代化建设，具有多方面的重大意义：

第一，有助于提升对外文化的经济功能，加快积累国民财富。自 1990 年以来，随着知识经济浪潮滚滚而来，人类对于文化商品和文化服务的需求越来越广泛，市场也越来越大。国际文化市场包括文化产品市场、文化服务市场、文化要素市场、文化附加值市场等，已成为兵家必争的金矿，成为企业和政府共同关注的重要战略领域。如世界电影市场年销售总额约为 200 亿美元，美国电影就占 75% 的份额，约为 150 亿美元。再如日本的动漫画及衍生产品的销售总额，从 60 年代开始逐步高涨，到 2000 年已跨入 1 万亿日元。中国要在 21 世纪和平崛起，必然要成为对外文化贸易的大国。但是以 2001 年为例，我国出口总值 2661.6 亿美元，出口商品的种类集中在工业制成品、化工产品、机械及运输设备等，而服务贸易的出口总值 333.4 亿美元，占出口总值的 11.1%，这其中电影和音像的出口总值为 0.3 亿美元，占整个服务贸易出口总值的 0.1%，所占比例微乎其微。这反过来说明：中国发展对外文化贸易具有广阔的前景和巨大的潜力，有助于完善中国出口贸易的结构和文化产业的结构，加快积累国民财富。

第二，有助于传播中国的文化理念，促进世界对中国的了解，树立中国的良好国际形象。文化产品和文化服务具有一般商品和文化特殊商品的双重属性。一个国家的对外文化贸易，不仅仅具有经济的价值，而且具有外交、外宣功能，传播了它的意识形态和价值观念。美国前总统里根曾经直言不讳地说政府要大力推动美国电影走向世界，因为好莱坞的电影走到哪里就把美国的价值观念和商业利益带到哪里。通过大力发展对外文化贸易，能够帮助树立起一个改革开放的新中国形象，吸引更多的贸易伙伴和国际朋友。

第三，有助于开发文化产品的附加值，扩大中国的外贸出口。优良的文化产品和文化服务，可以向其他的制造业、服务业、养殖业和种植业，提供丰富的文化附加值，为其他产业的外贸出口打开广阔的道路。

世界文化经济贸易在蓬勃发展，中国对外贸易在快速发展，抓住国际、国内的经济贸易发展这一难得的历史机遇，做好我国的对外文化贸易工作。国际文化贸易专业目标是为国家培养具备扎实的马克思主义经济学基本原理和国际贸易理论，掌握国际文化贸易的基本知识、基本技能和通行规则，熟悉中国对外贸易的政策法规，了解国际经济贸易的发展现状及趋势，了解文化产业的发展特点和运行机制，了解主要国家与地区的社会经济情况，熟练处理国际文化贸易实际问题的专业型、实用型、创新型高级专门人才。

（三）社会和市场对本专业的需求

30 多年来的改革开放，我国对外贸易以惊人的速度发展增长，并在我国经济增长中具有重要的战略作用。特别是随着中国加入 WTO 和中国经济融入世界经济体系，更多的国际性企业看好中国，国际各类投资及其贸易趋向活跃，将产生更多的涉外就业岗位。我国进出口贸易总额的世界排名从改革前的 100 多位，发展到现在的世界第二位。我国经济体制转轨和外经贸体制的进一步改革，进出口经营权已由审批制过渡到登记制，外经贸经营主体已逐渐由以国有企业为主转向民营和外商投资企业为主，这些将会大大提高国内商业的国际化经营程度，国际商务人才将出现多层次、多样化需求，大批操作性和服务性较强的金融、保险服务等涉外工作岗位也将吸纳高职国际贸易专业毕业生，从而也促进需求增长。据专家预测，近年我国外贸企业将逾 80 万家。新老外贸企业对国贸人才的需求“叠加”，无疑将使国贸人才的短缺激增，且不论原有外贸企业为扩大业务而增招人才，仅以每家新建企业需 5~7 名国贸人员计，全国就需 300~500 万人。

中部地区经济建设对国际文化贸易人才又产生了更大需求。建设中部地区经济是在国际产业向发展中国家转移、东部地区产业向中西部地区转移的趋势不断增强，国家促进中部崛起战略加快实施的新形势下，以山西为主体的中部地区加快推进工业化、城镇化、农业现代化进程的新要求。外向型工业生产带动相关的人才需求，顺应国际国内区域经济发展大趋势，就是要加强与世界各国特别是发达国家的经济往来和技术交流。抓住产业加快转移的机遇，坚持对内对外开放并举，不断拓展新的开放领域和空间，加快形成全方位、多层次、宽领域的开放格局，打造内陆开放高地，使中部地区经济全力融入全球发展的新格局。据统计分析，因中部地区经济建设，每年可增加国际贸易类专业人才 1~3 万人。

（四）专业就业方向及相应行业 and 岗位的发展状况

国际文化贸易专业就业的行业主要是：面向具有国际贸易活动的对外贸易企业、三资企业、驻华外国商社、涉外宾馆饭店等企事业单位，其中，中小型外贸公司是本专业学生就业最主要的方向选择。他们从事外贸销售、涉外商务代理、货运代理、涉外商务咨询、商务文秘和其他涉外商贸服务工作，并以外贸公司的业务员为最多。

新人做外贸，在外企待遇在 5000 元/月左右。而外贸就业机会集中的温州、义乌等地，新人的待遇大概只能在 2000 元/月左右。当然，在拥有一定的客户开发能力后，贸易提成是一笔更大的收入来源。

专业要求：

(1) 外语能力是做外贸很重要的一个要素，有六级证书固然好，最好要注意一下口语会给日后的工作带来很多方便。

(2) 如果事先有打算进入某个行业，可以先熟悉一下专业英语。找本行业的相关的一些中英文对照的技术手册、国际标准，该行业内一些企业和行业协会、商会的英文网站看看，应该很有帮助。

(3) 找一家正规的外贸企业实习，很多简单的流程或术语在书本上看不到或看到了也似懂非懂，去单位打打杂，看看别人写的函电和有经验的前辈聊一聊，很多工作的流程和行业惯例就豁然开朗了。实习期间注意向技术人员请教，好的技术人员一定要了解产品，最重要的是学会怎样与同事相处。

(4) 参加外销员、单证员资格考试，并拿到相应证书，这对以后想从事外贸行业的同学都很有帮助。

(五) 行业和岗位对本专业人才在知识、能力和素质方面的基本要求

由于国际文化贸易工作服务对象主要是涉外工商企业和机构，其从业人员必须具有较好的外语基础，熟悉国内外商业法律、法规和惯例，并具有进行国际商务洽谈、外汇结算、商品外销等方面的基本技能，这是普通商业人员难以具备的，也是国际文化贸易专业区别于国内贸易专业的独特之处。由于国际文化贸易人才知识结构和能力结构的特殊性，国际文化贸易专业教育在师资配备、教学手段、方法和教学环境的要求和标准也上不同于国内贸易专业教育和其他专业教育，并有着自身独特的发展规律，国际商务专业非常注重知识技能的实用性，学生可掌握全球管理、全球市场开发以及信息系统方面的实用知识，全面提高作为一个商务管理者的素质。

本专业学生主要学习国际文化贸易的基本理论和基础知识，受到管理学的基本训练，具有理论分析和实务操作的基本能力。毕业生应掌握以下知识和能力：

- (1) 掌握管理学基本理论和方法；
- (2) 了解主要国家和地区经济发展状况及其贸易政策；
- (3) 了解国际经济学、国际贸易理论发展的动态；

(4) 能够熟练地掌握一门外语，具有听、说、读、写、译的基本能力，能利用计算机从事涉外经济工作。

四、关于对已有专业人才培养方案的建议：

(本部分应涉及到对该专业的培养规模、课程体系构造、师资要求、实训条件、考核方式改革等方面的建议，要使培养目标与产业/企业对接。)

(应该注重产学研结合，在专业设置、培养方案、教学运行等方面参与并融入到专业人才培养工作中，进一步加快师资队伍、实践基地建设，实现学校与社会的结合，师生与劳动者的结合，教学和生产实际的结合，构建适应经济社会发展需要的、符合学校实际的、灵活多样的人才培养模式和途径。)

(一) 加强“双师型”教学团队建设

“双师型”不仅仅是“双证型”，真正意义的双师型教师应该是具有较宽的行业视野，较强的行业实践能力和较新的教学理念的教师。学校的专业教师不仅有高学历、高职称，而且还应具备相关专业的技术等级证书，否则只会“纸上谈兵”而缺乏行业实践经验能力。

同时，通过校企合作平台，从企业聘请管理人员和优秀一线员工和邀请旅游教育资深专家来校开讲座做指导，完善专业教师队伍培养与考核办法，形成课持续的专业教师队伍动态建设机制。

(二) 积极推进专业课程建设

围绕专业岗位技能，以工作过程为主线，以服务流程为中心，整合课程内容，构建工作过程导向的专业课，形成以优质核心课程、精品课程、网络课程为引领的课程体系。

组织开发理论与实训“一体化”优质教材。根据核心职业能力培养要求及职业技能证书的考核需要，引入企业、行业和国家职业标准，吸收企业技术人员参与教材编写，将企业生产实际中应用的新知识、新技术、新规范、新方法引入新教材，使教材能够反映专业的现状和发展趋势。

(三) 改革教学方法，完善实践教学体系

主要在教学中突出职业情景，突出学生的主体地位，调动学生的积极性，重在培养职业意识，养成职业习惯、培养职业技能，通过真实案例和真实情景模拟加强教学的效果。因此，培养合格的旅游从业人员应有科学、完整的实践教学体系，包括：专

业认识实习、课堂实训、实训室模拟实习、旅游企业岗位实习、毕业实习等实践教学形式。根据旅游行业季节性的特点，充分利用假期，培养学生的职业综合素质。

（四）坚持走工学结合的道路

要在深化教育教学改革过程中，坚定不移地走工学结合的道路。要与企业合作进行人才培养目标和规格的研究，保证人才培养的适需性；与企业共同设计课程体系和教学内容，建立动态的、多元的课程结构和内容；由企业参与专业设置、制定专业发展规划，以保证专业发展的社会属性、企业属性、行业属性、就业属性；与企业合作落实实训、实习项目和基地，保证专业教学的实践性。

（五）完成实训基地建设

专业校内实训基地建设以“环境职场化、设备生产化、功能多样化、使用开放化、园区教学化”为原则，节约资源，拓展交叉面，提升相融度，优化生产性。在教学、培训过程中，各实训室实行统一管理、统一使用，资源共享。在技术服务方面，做到资源有效调配，根据企业岗位培训与项目开发，提供优质服务。校外实训基地以完善合作机制，优化管理机制，扩大合作规模为重点，丰富和发展“顶岗实习”、“订单培养”等教学模式。

（六）注重学生职业素质的培养

积极推进职业学校工学结合、校企合作办学向纵深发展，加强对学生的职业道德教育以及实习实训、职业指导等环节的工作。要通过体验式教育真正培养学生吃苦耐劳、坚持不懈、持之以恒的品质和责任意识，使学生养成可持续发展的方法与能力，不断拓宽学生的知识面，使毕业生不仅具备较强的专业知识和操作能力，同时也具有较高的应变和协调能力，成为一个全面发展，不断适应环境和新挑战的技术人才。教师要帮助学生转变思想观念，培养和树立正确的择业观和科学的职业观，帮助学生确立科学的职业定位，并帮助学生制订好职业生涯规划

附件2 外贸业务员职业标准

外贸业务员除了要掌握好英语和计算机基本知识之外，还应熟悉和掌握商品基础知识、外贸业务知识、国际营销知识、外贸法规政策、国际贸易惯例、国际贸易地理、外贸业务礼仪等专业知识。

（一）商品基础知识

了解商品基本理论，熟悉经营商品的性能、品质、规格、标准、包装、用途、生产工艺和原材料等知识。

（二）外贸业务知识

了解国际贸易基础理论，熟悉各种国际贸易方式和进、出口业务流程，掌握价格术语、支付方式、运输、保险、检验、索赔、仲裁、不可抗力等外贸基础知识；掌握外贸磋商谈判、签订内外贸合同、开证审证、订舱投保、报检报关、收汇付汇、外汇核销、出口退税、争议解决等进出口业务操作知识。

（三）生产管理知识

了解和熟悉工厂生产管理的基本知识，包括制订生产计划、原材料采购管理、仓库管理、生产管理、品质管理等。

（四）国际营销知识

了解国际营销基本原理，熟悉各种国际营销方法和技巧。

（五）国际金融知识

熟悉外汇汇率基本知识和我国现行汇率制度，掌握结售汇业务、汇率风险规避、进出口贸易融资等操作知识。

（六）外贸法规政策

了解我国的专利法、商标法等有关外贸的规定，熟悉我国对外贸易法、合同法、海关法、进出口关税条理、进出口商品检验法、进出口货物原产地条例等。

（七）国际贸易惯例

了解《英国票据法》和《日内瓦统一法》，熟悉《国际贸易术语解释通则》（INCOTERMS2090）、《托收统一规则》（URC522）、《见索即付担保函统一规则》（URDG458），掌握《联合国国际货物销售合同公约》和《跟单信用证统一惯例》（UCP600）条款的含义和实际运用。

（八）国际贸易地理

了解各贸易国家或地区的政治、经济、文化、宗教、地理、风土人情、消费水平以及有关进出口方面的法律法规和规定。

（九）外贸业务礼仪

熟悉着装礼仪、见面礼仪、举止礼仪、会谈礼仪、餐饮礼仪、通讯礼仪等外贸业务礼仪。

附件3 国际文化贸易专业课程标准

《经济学基础》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	经济学基础				
课程代码		学时	68	学分	4
授课时间	第1学期	适用专业	国际文化贸易		
课程性质	基本能力课程				
先修课程	无				
后续课程	文化经济概论、外贸英语函电、外贸单证等				

二、课程定位

通过本课程的学习，一方面使学生掌握现代经济学的基本概念、基本理论和基本分析方法，为后续经济管理类课程的学习和将来卓有成效地开展会计方面的工作打下良好的基础；另一方面通过本课程的学习，培养了学生的逻辑思维能力和经济思维能力，为学生建立起经济学的基本思维框架，使学生对经济运行有一个比较全面的了解，为进一步学习其它专业课程奠定理论基础，同时具备应职岗位所必须的基本经济理论知识和解决相关经济问题的能力。

三、课程设计思路

《经济学基础》是国际文化贸易专业中职业群基础与技能课程的一门必修课。它是以市场经济制度为背景，研究在市场经济条件下微观经济个体如何实现资源配置以实现资源使用效率的最优化，即经济学通过对消费者行为理论，生产者行为理论，市场经济下的收入分配法则的研究，为微观个体提供了一整套最优化的行为决策方法。同时经济学运用市场失灵理论解释现实的经济运行，为政府干预经济提供了理论基础。这些知识基本满足了高职国际文化贸易专业对经济基础理论的要求。

四、课程目标

(一) 能力目标

1. 能够绘制局部市场运行图，并分析市场中不同人和物的位置；
2. 能运用图形对均衡价格及均衡数量的变动进行分析及对不同弹性的商品建议相应的营销措施能够对日常生活的中商家促销活动进行分析思考；
3. 能够运用基数效用论和序数效用论解释消费者消费行为，能够用消费者剩余解释需求和供给的变化对消费者福利产生的影响；

4. 能够运用生产理论对企业的长期生产行为、短期生产行为及企业生产所处的规模状况做出解释；
5. 能够运用成本理论对企业的短期成本曲线，长期成本曲线作出解释以及对企业利润最大化条件作出解释；
6. 能够理解各种市场类型下的厂商利润最大化的均衡条件；
7. 能够理解各种生产要素的价格的决定；
8. 能够理解资源配置的帕累托最优状态及运用市场失灵理论解释现实的经济现象。

（二）知识目标

1. 掌握经济物品、理性人、机会成本的概念，掌握经济学解决的基本问题；熟悉市场运行图的构造；了解微观经济学的研究对象；
2. 掌握供求理论；掌握供求理论、均衡理论及弹性理论，并能进行一定的分析；
3. 掌握消费者行为理论。；掌握总效用，边际效用概念和边际效用递减规律，掌握边际效用均等化法则及无差异曲线和预算约束线，消费者剩余；
4. 掌握生产理论；掌握边际报酬递减规律，要素边际替代率递减规律，等产量曲线，生产者均衡，及规模报酬理论；
5. 掌握成本理论；掌握显性成本、隐含成本、销售成本、固定成本、可变成本、总成本等概念、平均成本与边际成本之间的关系、短期成本曲线图、长期成本曲线图；
6. 掌握厂商均衡理论；掌握完全竞争市场中的厂商均衡条件、不完全竞争市场中的厂商均衡；
7. 理解市场失灵；理解市场失灵及政府纠正市场失灵的相关经济政策。

（三）素质目标

1. 培养对身边经济现象的敏锐感。能够运用所学知识初步观察和分析身边的经济现象；
2. 能够初步对政府的相关经济政策进行正确的理解和运用；
3. 通过完成项目作业和小组作业增强团队协作能力；
4. 通过完成课外阅读、资料查找和分析任务提高自我学习能力。

五、课程内容及要求

序号	项目名称	知识内容和要求	技能内容和要求	教学情景或教学设计	结果（作业、报告等）
----	------	---------	---------	-----------	------------

1	市场运行图的绘制和分析	<p>1. 掌握经济物品、理性人、机会成本的概念。</p> <p>2. 掌握经济学解决的基本问题。</p> <p>3. 熟悉市场运行图的构造。</p> <p>4. 了解微观经济学的研究对象。</p>	<p>1. 能够绘制局部市场运行图，并分析市场中不同人和物的位置。</p>	<p>请同学们分组到菜市场，观察菜市场中不同的人、物之间的关系及其在市场运行图中的位置。</p>	<p>以调查报告形式展示</p>
2	需求与供给及弹性分析	<p>1. 掌握需求的概念、影响需求的因素、需求定理。</p> <p>2. 掌握供给的概念、影响供给的因素和供给定律。</p> <p>3. 明确需求与供给变动对均衡价格和均衡数量的影响。</p> <p>4. 掌握相关弹性概念及弹性的计算</p>	<p>2.1. 能运用图形对均衡价格及均衡数量的变动进行分析。</p> <p>2.2. 能够对不同弹性的商品建议相应的营销措施能够对日常生活的中商家促销活动进行分析思考。</p>	<p>请同学们进行市场调查，结合报纸、杂志或网上的信息，分析影响猪肉供求的因素，并预测未来猪肉价格的走势，并理性的分析一下猪肉需求价格弹性。</p>	<p>以调查报告形式展示</p>
3	消费行为分析	<p>1. 掌握总效用，边际效用概念，</p> <p>2. 掌握边际效用递减规律，掌握边际效用均等化法则。</p> <p>3. 无差异曲线和预算约束线。</p> <p>4. 消费者剩余。</p>	<p>3.1 能够运用基数效用论和序数效用论解释消费者消费行为。</p> <p>3.2 能够用消费者剩余解释需求和供给的变化对消费者福利产生的影响。</p>	<p>根据提供的数据绘制消费者无差异曲线，和根据边际效用均等化法则计算消费者最优消费组合。</p>	<p>以调查报告形式展示</p>
4	厂商的短期生产函数和长期	<p>1. 掌握总产量和边际产量直接的关系。</p> <p>2. 掌握边际报酬递减规律。</p> <p>3. 掌握边际技术替代率递减规律。</p> <p>4. 掌握厂商长期生产者均衡条件。</p>	<p>4.1 能够解释厂商的短期生产函数，边际产量函数的特征。</p> <p>4.2 能够解释厂商长期生产的均衡条件。</p>	<p>1. 根据提供的数据绘制养猪场的劳动边际产量数据和劳动总产量数据，并找出边际产量曲线和总产量曲线之间的联系。</p>	<p>全班分组到讲台展示成果，并对小组成果解释</p>

	生产函数分析			2. 绘制养猪场的等产量曲线，结合预算线求解养猪场的长期均衡。	说明
5	成本分析	<p>1. 了解显性成本、隐含成本、销售成本、固定成本、可变成本、总成本等概念。</p> <p>2. 重点掌握机会成本的概念。</p> <p>3. 掌握平均成本与边际成本之间的关系。</p> <p>4. 掌握短期成本曲线图。</p> <p>5. 掌握长期成本曲线图。</p> <p>6. 掌握短期决策和长期决策的含义。</p>	<p>5.1 能够运用生产理论对企业的长期生产行为、短期生产行为作出解释。</p> <p>5.2 能够对企业生产所处的规模状况做出解释。</p>	<p>1. 分析生猪养殖场有哪些短期成本与长期成本。</p> <p>2. 案例分析：“养育孩子的成本”</p>	<p>分组讨论案例</p>
6	市场类型分析	<p>1. 了解完全竞争、完全垄断、市场类型的特点及均衡状况。</p> <p>2. 了解市场均衡的经典模型。</p> <p>3. 掌握价格歧视的概念。</p>	<p>6.1 能够对完全竞争市场均衡条件作出解释。</p> <p>6.2 能够对垄断竞争市场的均衡条件作出解释。</p>	<p>1. 分析猪肉市场所属市场类型，并对猪肉市场的特点和定价策略予以说明。</p> <p>2 案例分析 1： 曾有过政府办的大型养猪场结果亏损，试分析其原因。 “铁路部门的垄断定价还能掌握多久？” “一个最需要广告宣传的市场”。</p>	<p>完成几种主要的市场类型的比较分析</p>
7	收入分配分析	<p>1. 掌握要素边际生产力递减规律。</p> <p>2. 掌握边际受益产品递减规律。</p> <p>3. 掌握资本、土地、劳动的</p>	<p>7.1 能够解释劳动的需求曲线。</p> <p>7.2 能够解释土地的需求曲线。</p> <p>7.3 能够解释资</p>	<p>1. 定性的画出猪肉厂商的劳动边际产品曲线和劳动边际收益曲线。</p> <p>2. 结合供给曲线，画出猪肉厂商的劳动工资的决定。</p>	<p>全班分组到讲台展示成果，并对小组成果解释说</p>

		供给曲线。	本的需求曲线。 7.4 能够用均衡理论解释要是价格的决定。		明
8	市场失灵现象及政府的微观经济政策分析	1. 掌握局部均衡与一般均衡之间的概念。 2. 掌握帕累托最优概念和条件。 3. 掌握产生市场失灵的原因和政府针对市场失灵微观经济政策。	8.1 能够理解资源配置的帕累托最优状态及。 8.2 能够运用市场失灵理论解释现实的经济现象。	1. 观察分析猪肉市场是否存在市场失灵现象，举例说明，并且分析针对这种失灵现象，中央政府可采取哪些政策措施。 2. 课外：要求通过报纸、杂志或网络，找到近期中央政府出台的微观经济政策两到三个，说明实施这些政策的目的是以及可能产生的效果。	以调查报告形式展示

六、课程实施建议

(一) 教学建议

1. 教师要求

教师应以“双师”型教师为最佳，由于该课程理论深度比较高，课程相对于学生来说比较枯燥，“双师”型教师不仅有理论深度，而且能够结合自己的经验把比较枯燥的理论以比较生动的形式表现出来，这样更有利于提高学生学习的积极性。

2. 学习场地、设施要求

教学课室应有多媒体设备，这样上课能够应多样教学方式授课，取得较好的教学效果；实训室应该是开放式的，学生网上学习、查询除统一安排时间外，在实训室开放时间段学生可随时进入。

3. 课程资源的开发与利用

校内的图书馆有相关的经济学参考资料和练习册；校外有学习网站如曼昆经济学原理学习网站、人大经济论坛等等。

(二) 考核建议

本课程是考试课，前文所列教学内容均为考试内容，采用闭卷考试和实践考核相结合的办法考查学生对本门课程的掌握情况。

考核方式：闭卷、实操、文案报告相结合。

成绩评价方式：期末考试成绩占本门课程总成绩的 70%，项目成绩占本门课程总成绩的 15%；平时表现占 15%

七、需要说明的其他问题

（一）教材或讲义编写建议

面对高职国际文化贸易专业学生，《经济学基础》的教材应该在原有体系、结构和内容上都有突破，应该以企业经济运作为主要线索。它应该系统地分析企业在市场中的生产行为、在不同的市场结构下的决策行为、以及企业价格决策和投资决策等。

（二）教学参考资料

- 1、高鸿业：《西方经济学》，中国人大出版社，2006年；
- 2、朱善利：《微观经济学》，北京大学出版社，2000年；
- 3、梁小民：《微观经济学》、《宏观经济学》中国社会出版社，1996年；
- 4、[美]格里高利·曼昆：《经济学原理》，三联书店，北京大学出版社
- 5、[美]保罗·萨缪尔森、威廉·诺德豪斯：《经济学》[第19版]，华夏出版社

《国际贸易理论与实务》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	国际贸易理论与实务				
课程代码		学时	68	学分	4
授课时间	第3学期		适用专业	国际文化贸易	
课程性质	基本能力课程				
先修课程	经济学基础				
后续课程	国际贸易法律法规、国际市场营销、国际贸易地理等				

二、课程定位

《国际贸易理论与实务》旨在针对国际贸易实务的特点和要求，帮助学生从实践和法律的角度分析研究国际贸易适用的有关法律与惯例和国际商品交换过程的各种实际运作，总结国内外实践经验，吸取国际上一些行之有效的贸易习惯做法，以便掌握从事贸易的“生意经”，学会在进出口业务中，既能正确贯彻我国对外贸易的方针政策 and 经营意图，确保最佳经济效益，又能按国际规范办事，使我们的贸易做法为国际社会普遍接受，做到同国际接轨。

三、课程设计思路

(一) 总体设计原则

课程设计思路主要是以采取理论教学和实验教学相结合的教学方式，在理论讲授过程中注重案例教学和习题练习相结合，采取课堂教授和组织学生自主学习、讨论的方式，在实验教学过程中注重对真实贸易实务的模拟和操作的练习，充分调动学生的学习积极性，力求学以致用，提高学生解决贸易实务问题的能力。

(二) 课程设置依据

根据学院的办学定位和本专业的人才培养目标确定设置本门课程的必要性，国际文化贸易专业确定本门课程为专业核心基础课。

(三) 课程模块的编排

国际贸易实务的主要学习模块及学时

序号	项目（模块）名称	学时
1	国际贸易术语	8
2	国际贸易磋商与谈判	10
3	进出口贸易主要条款	12
4	国际贸易结算	10
5	国际贸易运输与保险	10
6	商品检验、索赔、不可抗力与仲裁	10

7	国际贸易合同的履行	8
合计		68

（四）教学组织的思路

本课程采取项目化模式组织教学，根据国际贸易实务的主要学习领域来设计完成学习领域需要进行的项目和任务。通过项目、任务来训练职业岗位能力。体现“学生主体、能力本位、职业导向、工学结合、教学做一体化”教学理念。

四、课程目标

（一）能力目标

1. 认知各种贸易术语、在实际操作时能够恰当选择正确的贸易术语；
2. 能够熟练写作询盘、发盘、还盘、接受信函；能够运作国际贸易谈判中的策略；
3. 能够掌握品质的表示方法、数量的计算方法、价格之前的换算方法；能够填制合同条款内容；
4. 能够填制汇票、本票、支票；能够处理汇付、托收、信用证业务；
5. 能够正确计算运费；能够操作货物运输保险业务；
6. 能够拟定供货合同和填制出口检单；能够拟定合同中的索赔条款；能够判断不可抗力事件；
7. 能够顺利操作出口和进口业务。

（二）知识目标

1. 了解国际贸易术语的作用、掌握《2010年国际贸易术语解释通则》中的11种国际贸易术语；
2. 掌握订立进出口合同的程序和内容；了解订立进出口合同各环节的性质和相关法律规定；
3. 了解商品的命名方法、商品品质的表示方法、商品包装的分类、商品数量的计算方法、商品价格的表示方法及价格核算；
4. 了解国际贸易货款收付的各种方式；了解国际贸易货款收付的各种具体做法；掌握货款结算的基本知识；掌握国际货物买卖合同中支付条款的国际惯例；
5. 了解国际贸易运输中常用的运输方式；掌握合同中的运输条款的相关内容；掌握海上货物运输保险承包的范围；熟悉海陆空邮包运输货物保险的险别；
6. 掌握出口备货工作的主要内容；掌握出口报检履行的手续；了解争议的处理办法；掌握合同中的索赔条款内容；掌握仲裁协议的形式及仲裁裁决的效力；
7. 掌握进出口合同履行程序及注意事项。

（三）素质目标

1. 提升学生诚实正直、专业信心等方面的基本品性素质；

2. 提升学生言谈举止、心态、让人喜欢、赢得尊重等交往素质；
3. 提升学生职业定位、个人规划、挫折承受力等专业必备素质；
4. 提升学生专业自信心、持之以恒、积极进取、自强不息的精神素质；
5. 提升学生洞察力、应变思维、创造性意识、影响他人等的的能力素质。

五、课程内容及要求

编号	教学项目	教学子任务	能力目标	知识目标	参考学时
1.1	国际贸易术语	国际贸易术语的类型、国际贸易惯例	认知各种贸易术语、在实际操作时能够恰当选择正确的贸易术语	了解国际贸易术语的作用、掌握《2010年国际贸易术语解释通则》中的11种国际贸易术语	10
1.2	国际贸易磋商与谈判	国际贸易磋商的四个环节、国际贸易谈判的策略与技巧	能够熟练写作询盘、发盘、还盘、接受信函；能够运用国际贸易谈判中的策略	掌握订立进出口合同的程序和内容；了解订立进出口合同各环节的性质和相关法律规定	10
1.3	进出口贸易主要条款	商品的品名、品质、数量与包装；进出口商品价格条款	能够掌握品质的表示方法、数量的计算方法、价格之前的换算方法；能够填制合同条款内容	了解商品的命名方法、商品品质的表示方法、商品包装的分类、商品数量的计算方法、商品价格的表示方法及价格核算	8
1.4	国际贸易结算	汇票、本票、支票的含义及基本内容；汇付、托收和信用证的含义和业务程序	能够填制汇票、本票、支票；能够处理汇付、托收、信用证业务	了解国际贸易货款收付的各种方式；了解国际贸易货款收付的各种具体做法；掌握货款结算的基本知识；掌握国际货物买卖合同中支付条款的国际惯例	12
1.5	国际贸易运输与保险	国际货物运输的方式、合同中的装运条款；我国海运货物保险的险别	能够正确计算运费；能够操作货物运输保险业务	了解国际贸易运输中常用的运输方式；掌握合同中的运输条款的相关内容；掌握海上货物运输保险承保的范围；熟悉海陆空邮包运输货物保险的险别	10

1.6	商品的检验、索赔、不可抗力与仲裁	出口报检履行的程序；争议的处理办法；不可抗力的界定；仲裁的特点	能够拟定供货合同和填制出口检单；能够拟定合同中的索赔条款；能够判断不可抗力事件	掌握出口备货工作的主要内容；掌握出口报检履行的手续；了解争议的处理办法；掌握合同中的索赔条款内容；掌握仲裁协议的形式及仲裁裁决的效力	8
1.7	国际贸易合同的履行	出口合同的履行、进口合同的履行	能够顺利操作出口和进口业务	掌握进出口合同履行的程序及注意事项	6

六、课程实施建议

（一）教学建议

1. 教师要求

（1）校内专职教师要求具有3年以上从事国际贸易课程教学，掌握国际贸易基本分析和技术分析的方法，能够设计培养学生应用能力的实训项目。

（2）行业兼职教师要求具备外贸经验，具备培训经历，能够整合行业资源，为学生提供实习和实训的机会。

（3）具有良好的职业道德和责任心，关心学生。

2. 学习场地、设施要求

（1）配备多媒体教室并保证能连接互联网。

（2）建立校外实训基地，安排学生进行岗位实习

3. 课程资源的开发与利用

本课程资源开发目的基于知识应用，结合行动体系、工作过程系统考虑，以工作过程要素的对象、方式、内容、方法、组织以及工具的历史发展而开发的。具体包括：电子教材、电子课件、案例分析、习题等。

（二）考核建议

本课程是考试课，前文所列教学内容均为考试内容，采用闭卷考试和实践考核相结合的办法考查学生对本门课程的掌握情况。

考核方式：闭卷、实操、文案报告相结合。

成绩评价方式：期末考试成绩占本门课程总成绩的 70%，项目成绩占本门课程总成绩的 15%；平时表现占 15%

七、需要说明的其他问题

本标准由专业教研室组织专业教师、行业、企业专家编写，最后由系部组织标准委员会审核。一般每三年修订一次。

《国际市场营销》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	国际市场营销				
课程代码		学时	56	学分	4
授课时间	第4学期		适用专业	国际文化贸易	
课程性质	岗位能力课程				
先修课程	经济学基础、国际贸易理论与实务、管理学原理与实务				
后续课程	国际贸易地理、弟子商务、会展实务等				

二、课程定位

经济全球化加快了企业融入国际市场的步伐，这就要求企业对国际市场的营销环境、规则和营销策略的规律性有一个充分的把握。《国际市场营销》是国际文化贸易专业的一门重要专业必修课。通过学习本课程，要求学生掌握有关国际市场营销的一些基本理论，更重要的是要求掌握相关的营销操作技能，为日后实际工作打下良好的基础。

通过本课程的教学，帮助学生掌握现代国际市场营销的基本原理，培养学生的市场营销实战才干，使学生能运用所学的理论知识，具备进行国际市场营销策划的能力，具备进行国际市场研究的能力，具备制定国际经营战略，选择国际目标市场并进行市场定位的能力，具备进行国际市场产品决策、定价决策、分销决策、促销决策等方面的能力，提高分析和处理国际市场营销问题的综合能力和实践能力。

三、课程设计思路

本课程的教学方法以课堂讲授教学为主，以实践和课堂讨论为辅。主要的教学手段包括：

1. 课堂讲授：系统地向学生传授基础知识。
2. 课堂讨论：通过引导学生参与讨论加深学生对基本知识的理解。
3. 课后作业：适量的课后思考督促学生进行更深入的思考。
4. 小组项目：提供调研课题与经典案例，学生分组讨论、课堂陈述并上交报告。

四、课程目标

主要围绕“企业如何开展国际营销”这一主题，按照企业进入国际市场的过程依次展开论述。从国际营销环境的分析、国际目标市场的选择及进入方式的决策，到国际营销竞争策略的制定，国际营销组合策略的实施以及营销过程的组织与控制，进行全面、系统的分析。使学生了解国际市场营销基本理论及其发生、发展；掌握国际市场营销管理的基本原理和方法。并使他们对国际市场的的环境、进入国际市场的方式与应用条件、国际产品、定价、渠道和沟通策略、全球营销管理的领导、组织和控制有

较全面的了解，且具备有较强的实际操作能力。

（一）能力目标

1. 能分析指定产品所面临的宏观环境、微观环境；
2. 能分析指定产品的竞争状况和目标消费者的购买行为特征；
3. 能分析指定产品的竞争状况和目标消费者的购买行为特征；
4. 能运用市场营销的调研手段，进行调查问卷设计，组织实地调研并分析结果，撰写调研报告；
5. 能针对不同的产品生命周期调整产品策略。

（二）知识目标

1. 正确认知课程性质、任务及研究对象，全面了解国际营销课程体系、结构，整体认知营销；
2. 理解各种国际营销理念；
3. 熟悉产品所面临的宏观环境、微观环境。

（三）素质目标

1. 具备可持续发展的学习与适应能力；
2. 具备良好的职业素养（职业道德、职业习惯、职业素质）；
3. 具备较强的专业技能；
4. 具备良好的沟通、协调能力；
5. 具备良好的团队协作意识；
6. 具备吃苦耐劳的意志品质；
7. 具备创新精神。

五、课程内容及要求

序号	项目名称	知识内容及要求	课时
1	概论	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解国际市场营销的概念及特点； 2. 比较国际市场营销与国内市场营销、国际贸易之间的区别与联系； 3. 掌握国际市场营销产生于发展的趋势； 4. 了解企业国际市场营销的观念； 5. 了解企业开拓国际市场的驱动因素。 	4
2	国际营销环境	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解国际市场营销环境的含义及其构成因素； 2. 了解国际经营环境的一般特征； 3. 掌握各个因素的主要特点，理解各种因素对企业的影响。 	6
3	国际营销调研	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解企业进入国际市场时需考虑的问题； 2. 掌握如何制定国际市场营销调研方案； 3. 掌握国际市场营销调研方法； 4. 描述进行国际市场营销调研时的组织工作和应注意的问题。 	8

4	国际市场战略	1. 了解国际市场细分的概念和细分的方法； 2. 掌握国际市场选择和定位的方法； 3. 了解如何对目标市场进行行业竞争分析； 4. 掌握国际市场进入模式。	8
5	国际产品策略	1. 明确产品的概念； 2. 了解国际产品的标准化与差异化策略； 3. 掌握新产品的开发策略； 4. 掌握国际产品的品牌、商标和包装策略。	8
6	国际营销渠道策略	1. 了解国际分销渠道的结构，熟悉中间商的类型； 2. 认识影响国际分销渠道的因素及其渠道类型； 3. 选择和激励中间商的重要性； 4. 渠道系统联合的类型及其优点、缺点。	8
7	国际市场定价策略	1. 了解国际市场定价的目标、程序和影响因素； 2. 掌握一些国际市场定价的方法及它们之间的区别和联系； 3. 了解国际转移价格的含义； 4. 了解国际营销价格发展趋势以及在这种趋势下企业的定价策略。	8
8	国际市场促销策略	1. 了解国际促销信息沟通的含义及其作用； 2. 掌握国际市场营业推广策略； 3. 掌握国际公共关系策略； 4. 掌握国际人员推销策略； 5. 掌握国际广告促销策略。	8
9	国际营销人员的管理	1. 了解国际营销人员的作用并掌握其几种不同的来源； 2. 掌握国际营销人员需要进行培训的主要内容； 3. 了解如何收集国际营销人员的考评信息，掌握考评国际营销人员的方法； 4. 了解怎样激励国际营销人员； 了解怎样选拔和任用国际营销人员。	6
10	国际营销管理	1. 掌握国际企业的组织机构和主要类型； 2. 了解国际营销管理计划、组织、执行及控制的概念和实施方法； 3. 了解如何对国际营销风险进行分析与管理。	6
合计			68

六、课程实施建议

（一）教学建议

1、教材应将本专业职业活动结合职业技能证书考证组织教材内容。要通过对各种营销活动的计划、组织、实施等程序的分析 and 体验，引入必须的理论知识，增加实践实操内容，强调理论在实践过程中的应用。

2、教材应配备详实的案例，提高学生的学习兴趣，加深学生对这部分专业知识的认识和理解。教材表达必须精炼、准确、科学。

3、教材内容应体现先进性、通用性、实用性，要将营销最新动态和前沿知识及时地纳入教材，使教材更贴近本专业的发展和实际需要。

4、教材中的活动设计的内容要具体，并具有可操作性。

（二）考核建议

1、教学方法

（1）在教学过程中，应立足于加强学生实际操作能力的培养，采用项目教学，以工作任务引领提高学生学习兴趣，激发学生的成就动机。

(2) 本课程教学的关键是案例讨论和校内外实训基地的现场教学，应选用典型的案例和任务为载体，在教学过程中师生互动、生生互动、生客互动，起到事半功倍的教学效果。

(3) 在教学过程中，要创设工作情景，同时应加大实践实操的容量，要紧紧密结合职业证书的考证，提高学生的岗位适应能力。

(4) 在教学过程中，除已经普遍采用的多媒体教学手段以外，充分利用现代信息技术手段，利用精品课程的网络平台，利用计算机辅助教学软件、计算机辅助练习系统，提升学生的操作能力。并结合顶岗实训，实现课程理论与实践的零距离对接。

(5) 教学过程中教师应积极引导提升职业素养，提高职业道德。

2、教学评价

(1) 教学评价的标准应体现任务引领型课程的特征，体现理论与实践、操作的统一，以能否完成任务及完成的情况给予评价。

(2) 教学评价的对象包括学生的知识掌握情况、实践操作能力、学习态度和基本职业素质，分为应知和应会两部分。

3、考核内容与方法

基本理论知识和实操技能的综合考评，理论考试 70%，平时综合成绩 30%。

4. 考核标准:

按照试题的分值及标准答案进行。

七、需要说明的其他问题

1、注重课程资源和现代化教学资源开发和利用，这些资源有利于创设形象生动的工作情景，激发学生的学习兴趣，促进学生对知识的理解和掌握。同时，建议加强课程资源的开发，建立多媒体课程资源的数据库，实现多媒体资源的共享。

2、积极开发和利用网络课程资源，充分利用诸如电子书籍、电子期刊、数据库、数字图书馆、教育网站和电子论坛等网上信息资源，使教学从单一媒体向多种媒体转变；教学活动从信息的单向传递向双向交换转变；学生单独学习向合作学习转变。同时应积极创造条件搭建远程教学平台，完善网上在线辅导系统，扩大课程资源的交互空间。

《国际商务谈判》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	国际商务谈判				
课程代码		学时	68	学分	4
授课时间	第3学期	适用专业	国际文化贸易		
课程类型	综合能力课程				
先修课程	涉外礼仪、经济法基础、公共关系、国际贸易理论与实务				
后续课程	国际贸易地理、外贸英语函电、会展实务等				

二、课程定位

《国际商务谈判》是国际文化贸易专业的核心技能课程。课程在学习市场营销前期系列课程基础上，以国际、国内商业事务洽谈活动为对象，融市场营销、市场调研、推销技巧等为一体，涉及商务谈判方案准备、商务谈判磋商、商务谈判签约到合同的履行多个工作任务，训练学生能从商务谈判角度发现问题、解决问题，树立双赢的谈判理念，达成双赢的商务谈判。本课程不仅能增加学生就业竞争力，还考虑到学生职业生涯发展所需的知识、技能和能力，有利于学生的职业生涯发展，也为后续市场营销课程课程学习奠定基础。

三、课程设计思路

- 1、知识板块：按照国际商务谈判的逻辑思路设计十个章节的理论学习。
- 2、实训项目板块：对应课程十章的学习，设计了相应的实训项目加以巩固。
- 3、强调课程之间的衔接。《国际商务谈判》在专业教学中具有承前启后的作用，应充分结合前导课程，并针对特定项目作出相应的仓储管理计划，以保持课程体系的完整性。
- 4、坚持由易到难、由模仿到实操，由仿真到全真的教授流程，坚持按照资讯、决策、计划、实施、检查、评价的环节实施。
- 5、加强案例教学。针对本课程应用性强的特点，教学中应灵活结合国内外有关案例，进行启发式教学，开阔学生视野，丰富学生的知识，增强学生理论联系实际的能力。
- 6、重视实践教学。针对本课程实践性强的特点，应结合课堂内容组织、进行一些实践性教学活动，可结合课程内容与具体企业的某一项营销活动进行实践教学。
- 7、深化教学方法研究。为调动学生的学习积极性与主动性，依据课堂内容，可组织课堂讨论、辩论、情景模拟等多种方式进行教学；教学过程中应注意知识性、信息

性与趣味性相结合，以加深学生对有关内容的理解与掌握。

四、课程目标

（一）能力目标

1. 掌握商务谈判理论，即掌握商务谈判的基本理论，基本原则和基本方法；
2. 掌握商务谈判的实务，掌握商务谈判的准备、开局、磋商和签约各个阶段的运作，及其策略和技巧的运用；
3. 了解商务谈判人员，了解商务谈判人员的思维、语言、素养及测评等。

（二）知识目标

1. 掌握商务谈判理论，即掌握商务谈判的基本理论，基本原则和基本方法；
2. 解其内部流程、部门职能与关系、运行规则等一系列基础性知识；
3. 了解商务谈判人员，了解商务谈判人员的思维、语言、素养及测评等。

（三）素质目标

1. 培养分析问题与解决问题的能力；
2. 培养查阅资料、独立学习、获取新知识能力；
3. 培养应变决策和外语应用能力；
4. 养成善于观测、勤于思考的学习习惯；
5. 养成严谨、求实、认真、仔细的学习和工作态度；
6. 具有团队意识，良好的与同事交流、合作的能力；
7. 培养学生正确的人生观、价值观。

五、课程内容及要求

序号	模块	教学内容	学时安排
1	国际商务谈判概述理	1. 国际商务谈判的义 2. 国际商务谈判的容 3. 国际商务谈判的方式 4. 国际商务谈判的程序	4
2	产品设计	1. 国际商务谈判的信息准备 2. 国际商务谈判计划的组织管理 3. 国际商务谈判的方案设计 4. 国际商务谈判模拟	6
3	国际商务谈判人员素质	1. 业务素质 2. 心理素质 3. 伦理素质 4. 国际商务谈判人员素质的培养	4
4	国际商务谈判开局阶段策略	1. 开局阶段的影响因素 2. 创造良好的谈判氛围 3. 交换意见 4. 开场陈述	6

5	国际商务谈判磋商阶段策略	1. 报价策略 2. 还价策略 3. 让步策略 4. 僵局应对策略	4
6	国际商务谈判签约阶段策略	1. 合同起草与审核 2. 签约仪式 3. 签约阶段策略 4. 签约后的沟通工作	8
7	国际商务谈判语言	1. 国际商务谈判语言概述 2. 口头语言 3. 肢体语言 4. 情感语言	8
8	国际商务谈判心理	1. 国际商务谈判心理概述 2. 谈判中的需求心理 3. 谈判中的谋略心理 4. 谈判中的成功心理 5. 谈判中的群体心理	8
9	国际商务谈判礼仪	1. 基本社交礼仪 2. 交往礼仪 3. 世界各国风俗与禁忌	10
10	国际商务谈判中各国商人的谈判风格	1. 各国商人的谈判风格概述 2. 亚洲商人 3. 欧洲商人 4. 美洲商人 5. 大洋洲商人	10
合计			68

六、课程实施建议

（一）教学建议

教学班是主要的教学组织，班级授课制是目前教学的主要组织形式。有条件的话，也可以采用分组教学。或者几种组织方式灵活组合，尽量减轻学生的生理和心理疲劳。

有时间也可以组织多种多样的课外活动。如到大型仓库参观、社会调查等。以培养和提高学生对理论知识的应用能力和分析判断能力。

注意教学方法的灵活性，组织学生自我经验叙述、讨论、问题教学、阅读指导等，尤其是有条件的话，借用多媒体的声像呈现，提供给学生原始的课堂实录，或者是问题情境，组织学生讨论，培养学生发现问题、分析问题、解决问题的能力 and 探究意识。

评价教学方法要以实现课程标准规定的教学目标为依据，好的教学方法应有助于学生对教学内容的理解，并能激发学生的学习热情。鼓励有所创新并取得实效的教学方法。

（二）考核建议

学校评价和行业职业考试评价相结合的原则，如果在校内评价中不合格，但是在职业资格考试中合格的，可以认定为合格。

课程评价以“过程持续评价”与“终期评价”相结合，并侧重于学习过程的持续评价。

考核总成绩=考勤+平时成绩+考试成绩：考勤占 10%，平时成绩占 20%，考试成绩占 70%（期中考试和期末考试）。（注：平时成绩根据课堂表现、作业得分和实训评定）

期末考试采取闭卷笔试或实训项目考察的方式进行。

平时成绩由以下成绩组成：

- （1）学生出勤、完成作业、课堂提问、平时实训评估等。
- （2）平时实训评估成绩包括考核学生实操的准确性、技巧的合理应用性、现场解决问题和处理问题的能力、团队合作能力、交流能力等综合性能力评价。

七、需要说明的其他问题

课程资源包括各种形式的教材、教学参考书、科技图书、视听光盘、计算机教学软件、实训室以及校外实训基地等。

1. 文字教学资源

教师应该根据学生实际，从大量的教学资源中精选适当的教学内容，不要受某一种教材的局限，要吸取不同教材的长处。教师还可以自己编写某些教学补充材料。

学校图书馆应该基本满足学生课外阅读的需要。课外阅读在扩大学生的知识面，树立科学的价值观等方面都能起到重要的作用。

2. 多媒体教学资源

《国际商务谈判》教学离不开现实的情境。但是，学生的直接经验是有限的，因此，切合学习实际的多媒体资料是十分必要的。

音像资料的收集与选择应该注意以下两点：

- （1）收集学生难以见到的，较典型的，容易引起学生关注实况录像。
- （2）收集课堂上难以完成的实验、实训录像资料。多媒体资料可以使用一些动画对知识进行说明，但不宜过多。多媒体资料的主要功能应该是帮助学生更直观的理解。学校建有电子阅览室，应鼓励学生从网上获取信息。

3. 实训室资源

根据标准的要求安排学生实训。

4. 社会资源

与企业联合开发课程，加强教学环境的合作。结合本地市场实际，从本地企业营销、广告策划实际情况出发，紧密结合课程讲授进行综合实训。联系相关专业合作紧密的企业，联合进行课程实施，在每一个学习单元都引进企业的实际案例。

5. 参考用书

- (1) 何占华 刘芳编 《商务谈判》 中国传媒大学出版社 2009 年
- (2) 丁建忠编 《商务谈判实务》 中央广播电视大学出版社 2000 年
- (3) 周贺来编 《商务谈判实务》 机械工业出版社 2010 年