

7.建设方案

包括但不限于：建设目标，建设思路，建设内容，进度安排，经费预算、来源和用途等。

参照《教育部关于国家精品开放课程建设的实施意见》(教高〔2011〕8号)、《教育部办公厅关于印发〈精品资源共享课建设工作实施办法〉的通知》(教高厅〔2012〕2号)及《广东省教育厅关于组织开展省精品资源共享课建设和2012年国家级精品资源共享课推荐工作的通知》(粤教高函〔2012〕170号)等文件要求，精品资源共享课建设是国家精品开放课程建设项目的组成部分，旨在推动高校优质课程教学资源共建共享，着力促进教育教学观念转变、教学内容更新和教学方法改革，提高人才培养质量，服务学习型社会建设；是以高校教师和学生为服务主体，同时面向社会学习者的基础课和专业课等各类网络共享课程；要求以课程资源系统、完整为基本要求，以基本覆盖各专业的核心课程为目标，通过共享系统向高校师生和社会学习者提供优质教育资源服务，促进现代信息技术在教学中的应用，实现优质课程教学资源共享。

《推销技术》精品资源共享课程建设应朝着服务师生向服务社会，课程的网络有限开放向充分开放方向去努力。

7.1 建设目标

7.1.1 团队建设目标

现今，本课程建设团队结构合理，有5位专业主讲教师、1位创业创新指导教师、1位教育技术骨干和3位企业兼职教师。7位专业教师虽具有双师素质，但根据高等职业教育精品资源共享课中专业课建设团队应该体现专兼结合的“双师型”教学团队特点，本课程建设团队必须进一步深入落实主讲教师的下企业实践活动，旨在掌握最新行业企业动态，对营销行业职业岗位、岗位能力要求及变化有及时的反映对策，最大限度的保障主讲教师授课的有效性和资源建设的更新和拓展。

7.1.2 内容目标

本课程内容朝着能够涵盖课程相应领域的基本知识、基本概念、基本原理、基本方法、基本技能、典型案例、综合应用、前沿专题、热点问题等方向，努力实现基础性、科学性、系统性、先进性、适应性和针对性等特征，严格遵守国家安全、保密和法律规定，课程资源的网络有限开放向充分开放方向去努力。

7.2 建设思路

从我国教育改革路径和世界教育发展主流来看，无论是精品视频公开课、精品资源共享课建设，移动互联环境下的泛在教学、MOOC、微课程的研发和运用都将成为主流发展方向，这其中要求课程的设计和开发都将向更小型化暨更微小的任务化开展。本课程实训环节的录制过程中也曾出现关于是将整个项目录完整还是分开录制任务环节等关于是否向微课程开发的探讨，本课程性质和几年的课程实践证明，《推销技术》课程完全可以实现任务的继续分解，并保持分解任务的独立性和完整性。同时，基于不同类型学生对知识碎片化获取的需求和现代教育技术发展趋势，《推销技术》课程的内容选取和课程设计应当向微课程方向倾斜。

7.3 建设内容

本课程结合实际教学需要，以服务课程教与学为重点，以课程资源的系统、完整为基本要求，以资源丰富、充分开放共享为基本目标，注重课程资源的适用性和易用性。经过在广东理工职业学院 6 年来的建设，尤其是院级精品课程建设过程，本课程已有以下资源（按照院级精品课程标准建设）：

一、基本资源。教学内容、教学方法、教学过程的核心资源，包括课程介绍、教学大纲、教学日历、教案或演示文稿、作业、参考资料目录和课程部分内容教学录像等反映教学活动必需的资源。

二、拓展资源。案例库、素材资源库、演示/虚拟/仿真实验实训（实习）系统、试题库系统、作业系统、在线自测/考试系统，课程教学、学习和交流工具及综合应用多媒体技术建设的网络课程等。

本课程的进一步建设，将在上述基础上按照精品资源共享课内容和技术标准，逐步实现《推销技术》课程相关资源的完善和转化。其中，和合作企业共建拓展资源库（企业项目实习录像、课程教学与实践录像等）、建立专题讲座资源库、学科专业知识检索系统等将是重点内容。

7.4 进度安排

根据相关要求，省级精品资源共享课的建设周期一般为两年，本课程建设进度拟安排如下表十一：

表十一 建设进度安排表

建设内容	建设项目	建设进度安排
基本资源	按照微课和 MOOC 课要求， 课程任务进一步分解	2015 年 12 月完成
	全程教学资源录像	2016 年 12 月完成
拓展资源	学科专业知识检索系统	2016 年 12 月完成
	家电、汽车销售模块建设	2016 年 12 月完成
	房地产、金融产品服务销售模块建设	2017 年 12 月完成
	建立相关专题讲座资源库	2017 年 12 月完成
	不同行业、企业案例库建设	2018 年 12 月完成
	继续拓展其他类别产品销售模块建设	2018 年 12 月完成
其他	编写《推销实务》教材	2018 年 12 月完成
	公开发表 2 篇相关教学改革研究文章	2018 年 12 月完成

7.5 经费预算、来源和用途等

根据相关文件,省级精品资源共享课将纳入广东省高等学校教学质量与教学改革工程专项资金资助范围,视课程建设、开放程度、共享效果及应用反馈等情况予以资助。本课程经费将主要来源于省级经费资助和广东理工职业学院市场营销专业教学经费,初步预算计划如下表十所示:

表十二 经费预算、来源和用途一览表

经费来源	经费用途	经费预算	备注
获取省级经费资助和 广东理工职业学院市 场营销专业教学经费	分解课程任务、开展企业调研	2500 元	
	资料费和其它等	2500 元	
	制作教学录像、课程网站建设等	10000 元	
	撰写及发表课程研究论文等	5000 元	
	教材编写费用	5000 元	
	合计	25000 元	
