

北京工业大学

**本科课程教学大纲**  
**Undergraduate Course Syllabi**

社会学院

**2020 版**

# 目 录

“慈善之美：公益与社会”课程教学大纲 .....	1
“广告赏析”课程教学大纲 .....	6
“世界流行文化研究”课程教学大纲 .....	10
“新媒体营销”课程教学大纲 .....	15
“心理电影与人生”课程教学大纲 .....	19
“性健康与人才发展”课程教学大纲 .....	23
“演讲与口才训练”课程教学大纲 .....	27
“当代媒介素养”课程教学大纲 .....	31
“影视与社会”课程教学大纲 .....	34
“民俗文化鉴赏”课程教学大纲 .....	38
“消费心理与消费文化”课程教学大纲 .....	40

# “慈善之美：公益与社会”课程教学大纲

英文名称: The Art of Philanthropy: Public benefits and Society

课程编号: 0010258

课程性质: 通识教育选修课

学分: 2.0

学时: 32

课程类别: 工程经济与项目管理 文化自信与艺术鉴赏 科学探索与创新发展  
道德修养与身心健康 沟通表达与全球视野

面向对象: 全体本科生

先修课程: 无

教材: 邓国胜. 公益慈善概论. 山东人民出版社, 2015.01

参考书:

[1] 周秋光, 曾桂林. 中国慈善简史. 人民出版社, 2006.02

[2] [美] 戴维·斯隆·威尔逊, 利他之心: 善意的演化和力量, 机械工业出版社, 2017.04

## 一、课程简介

《慈善之美：公益与社会》是面向全体本科生开设的通识教育选修课。本课程的主要目标是帮助青年一代大学生普及对公益慈善的理解和认知，弘扬慈善文化，重点提升学生社会责任感和公民参与能力、沟通合作能力，培养有担当、有作为的，具有社会服务意识的复合型人才。本课程内容主要分为两部分，一是公益慈善领域的相关理论学习，重点介绍如何从社会学的视角来看待公益慈善的行为、组织、制度和现象，并切入教育、贫困、妇女、儿童等社会议题，引导学生关注社会公平正义和慈善文化，培育青年学生的社会责任感；二是创新性引入国际先进教学方法“体验式慈善”，通过项目设计和实践，让学生对公益慈善有现场体验和反思，培养学生发现问题和解决问题的能力，对青年学生正面成长有突出的积极意义。

## 二、课程地位与教学目标

**课程地位:**《慈善之美：公益与社会》这门课程关注青年学生的公益慈善教育和思想政治教育。目前虽然很多大学生都曾有过捐赠行为或参加过志愿服务活动，但是总体对公益慈善缺乏系统性的概念和认识，存在着慈善知识匮乏，被动捐赠以及慈善方式单一等方面的问题。本课程旨在通过对慈善文化专业系统的学习和人文素养培育，引导学生怀有世界视野和人文关怀精神。通过体验式慈善的学习方法，强化新时代大学生的责任感和服务意识，培养和提升学生公民慈善意识和慈善文化，帮助学生塑造积极正面的世界观、人生观和价值观、这也是高校完成“立德树人”的重要任务。

**教学目标:** 了解公益慈善科学理论和观点，培育大学生树立正确的慈善观念和有效的慈善行为，重点提升学生社会责任感和公民参与能力、沟通合作能力，发现问题和解决问题的能力，培养有担当、有作为的，具有社会服务意识的复合型人才。

支撑的毕业能力项[6]、[9]、[12]，具体说明如下：

[6] 工程与社会：“科技向善”逐渐成为公益慈善领域的前沿探索。如何尝试用科技和产品来帮助解决贫困、环境保护、教育公平等社会问题逐渐成为公益慈善新的方向和途径。本课程通过专业系统的知识讲授和案例教学，引导不同专业背景的学生理解慈善行为的多元化和可持续化。

[9] 个人和团队：通过体验式慈善服务，引导在多学科背景下的团队中承担个体、团队成员以及负责人的角色。

[12] 终身学习：培养学生的慈善文化意识，具有自主学习和终身学习的意识，有不断学习和适应发展的能力。

### 三、课程教学内容及要求

#### 1、课程内容及要求

表 1 课程内容及要求

章节名称	教学内容及重点（▲）、难点（★）
第一章 绪论：公益、慈善与社会	公益，慈与非营利的相关概念▲[掌握]，公益慈善事业的特征与原则 [掌握]，公益慈善事业的相关理论基础★[了解]；公益与慈善的动机▲[理解]，发展的背景和机制[了解]，中国公益慈善事业的管理体制和法律法规▲[掌握]，面临的困境及出路[了解]
第二章 公益慈善的历史与文化	中华慈善的历史、文化渊源▲[了解]，总结改革开放以来我国慈善组织发展的实践[了解]，特别是近年来慈善事业蓬勃发展的若干特点和发展趋势▲[掌握]；梳理国外慈善的历史和文化渊源★[了解]。
第三章 公益组织领导力与内部治理	公益慈善人物赏析[了解]，公益组织领导力▲[了解]，公益组织的人力资源管理★[了解]
第四章 公益组织的透明度与公信力	公益组织的公开透明▲[了解]，公益组织的公信力▲[了解]，公益组织的社会监督★[了解]，
第五章 公益筹款与慈善捐赠	募捐的概念与要素▲[掌握]，募捐的方式和途径★[掌握]，募捐的策略与步骤[理解]，内部财务管理[了解]
第六章 公益项目管理	公益项目的设计[掌握]★，申请[了解]，制定项目实施计划[理解]，建立项目管理模式★[理解]，筹集项目所需资源[理解]，过程控制[了解]，项目评估与学习[了解]，公益传播的路径和方法▲[了解]，公益传播赏析[Δ]
第七章 公益慈善创新	新公益与新慈善▲[掌握]，社会企业与社会创新★[理解]，社会影响力投资[了解]
第八章 校园公益：大学生与社会参与	当代校园公益活动[了解]，公益慈善与大学生的个人生活▲[了解]，社区与志愿服务[理解]， 体验式慈善项目汇报（小组+个人）

#### 2、支撑毕业能力项的教学内容

[6] 工程与社会：第六章 公益项目管理；第七章 公益慈善创新

[9] 个人和团队：第六章 公益项目管理；第五章 公益筹款与慈善捐赠；第八章 校园公益：大学生与社会参与

[12] 终身学习：第一章 公益、慈善与社会；第二章 公益慈善的历史与文化；第八章 校园公益：大学生与社会参与

## 四、教学环节安排及要求

### 1、课堂讲授

本课程通过课堂讲授的方式对公益慈善知识进行系统讲解，帮助学生了解公益慈善科学理论和观点，介绍如何从社会学的视角来看待公益慈善的行为、组织、制度和现象。

### 2、体验式慈善

体验式慈善是一种走出课堂，走进社区的服务学习的方法。本课程计划以“抗疫互助”为主题，鼓励学生自己立项三个体验式慈善项目，开展项目设计与实践。教师提供链接社会组织或社区资源。协助学生完成慈善项目。通过这种将理论学习和实践相结合的方式，重点提升学生社会责任感和公民参与能力、沟通合作能力，发现问题和解决问题能力。本课程计划第10周下达任务，之后每2周以小组为单位跟进一次学生体验式慈善项目的进度，并进行答疑。第16周小组进行项目总结汇报。

## 五、教授方法与学习方法

### 1. 教授方法：结合课程内容的教学要求以及学生认知活动的特点，采取的方法如下：

(1) 课程讲授：教师对主要理论脉络和核心概念进行讲授和解释；并结合案例和视频教学方法帮助学生梳理理论知识。

(2) 专题研讨：根据学习进度，学生参与课堂的专题研讨，汇报自己的学习和实践进展；

(3) 小组合作：学生分成若干小组开展组内学习和讨论，分享观点和学习收获；

(4) 体验式慈善：是本课程的最重要的创新教学方法，它的教育原理是体验式学习，通过学生参与社区服务的实践过程和方案设计，让学生在具体的经验基础上，通过实验和反思来理解抽象理念。这种在地研习和行动教育，学生得以运用学到的知识和技能解决社会中的实际问题，也能培养其社会关怀和责任意识。

### 2、学习方法：

(1) 学习策略：体验式慈善的理念要求学生“从实践中学习”，将体验式学习融入到学校课程，并针对慈善服务过程开展结构化反思，深刻认识到服务学习的经验展开思考、讨论与写作。将学习场所从教室扩展到社区，将个人规划发展与社会发展结合起来，建立对社会的责任感；并鼓励学生通过小组讨论的方式和组员交流体验式慈善项目进展，观点和学习收获，参与课程小组汇报。

(2) 教学资源：教师辅导学生学会运用学校图书馆以及网络资源。

(3) 学生自查：学生定期对自己学习进行总结和自我检查，同时根据教师的评阅反馈意见进一步修改完善。

## 六、学时分配

表 2 各章节学时分配表

章节	主要内容	学时分配					合计
		讲授	习题	实践	讨论	其它	
第一章 绪论：公益、慈善与社会	公益，慈与非营利的相关概念▲[掌握]，公益慈善事业的特征与原则 [掌握]，公益慈善事业的相关理论基础*[了解]；公益与慈善的动机▲[理解]，发展的背景和机制[了解]，中国公益慈善事业的管理体制和法律法规▲[掌握]，面临的困境及出路[了解]	2			1		3
第二章 公益慈善的历史与文化	中华慈善的历史、文化渊源▲[了解]，总结改革开放以来我国慈善组织发展的实践[了解]，特别是近年来慈善事业蓬勃发展的若干特点和发展趋势▲[掌握]；梳理国外慈善的历史和文化渊源*[了解]。	2	1		2		5
第三章 公益组织领导力与内部治理	公益慈善人物赏析[了解]，公益组织领导力▲[了解]，公益组织的人力资源管理*[了解]	2		1	1		4
第四章 公益组织的透明度与公信力	公益组织的公开透明▲[了解]，公益组织的公信力▲[了解]，公益组织的社会监督*[了解]，	2			2		4
第五章 公益筹款与慈善捐赠	募捐的概念与要素▲[掌握]，募捐的方式和途径*[掌握]，募捐的策略与步骤[理解]，内部财务管理[了解]	2		2			4
第六章 公益项目管理	公益项目的设计[掌握]*，申请[了解]，制定项目实施计划[理解]，建立项目管理模式*[理解]，筹集项目所需资源[理解]，过程控制[了解]，项目评估与学习[了解]，公益传播的路径和方法▲[了解]，公益传播赏析[Δ]	2			1		3
第七章 公益慈善创新	新公益与新慈善▲[掌握]，社会企业与社会创新*[理解]，社会影响力投资[了解]	2		1	1		4
第八章 校园公益：大学生与社会参与	当代校园公益活动[了解]，公益慈善与大学生的个人生活▲[了解]，社区与志愿服务[理解]，体验式慈善项目小组汇报	2		2	1		5
合计		16	1	6	9		32

## 七、考核与成绩评定

课程的考核以考核学生对课程目标达成为主要目的，检查学生对教学内容的掌握程度为重要内容。课程成绩包括平时成绩（10%）、实践成绩（40%）、和考试成绩（50%）三部分。

**表 2 考核方式及成绩评定分布表**

考核方式	比例（%）	主要考核内容
平时成绩	10	主要考核包括课程的出勤率、提问和回答问题、组织和参与讨论等课堂互动。 考察学生专业素质、基础能力、专业能力
实践成绩	40	主要考察小组为单位的体验式慈善服务项目的开展，考察学生沟通合作能力，发现问题和解决问题能力
期末	50	主要通过课程报告考察学生知识掌握和运用能力，对基本概念、方法、理论等方面掌握的程度，以及学生运用所学理论知识解决社会组织领域重要问题的能力。考察学生自主学习能力，解决复杂社会问题能力，创新能力。

制定者：关珊珊

批准者：邢宇宙

2021 年 12 月

# “广告赏析”课程教学大纲

英文名称: Appreciation of Advertising

课程编号: 0006393

课程性质: 通识教育选修课

学分: 2.0

学时: 32

课程类别: 工程经济与项目管理 文化自信与艺术鉴赏 科学探索与创新发展

面向对象: 全校各专业二年级以上本科生

先修课程: 无

教材: 李晨宇. 广告媒介. 中国建筑工业出版社, 2018年5月

参考书:

[1] 丁俊杰, 康瑾. 现代广告通论(第4版). 中国传媒大学出版社, 2019年6月

[2] 初广志. 广告文案写作(第3版). 高等教育出版社, 2020年12月

## 一、课程简介

广告赏析, 是一门面向全校二年级以上各专业本科生的通识教育课程, 旨在提升学生对广告、营销、传播等领域知识的理解, 关注广告与社会的联系, 提升媒介素养。课程要求学生理解广告的概念、特点及其在数字媒介时代的发展, 在知晓广告活动相关原理的基础上分析广告作品, 能够分辨广告主、广告公司、广告媒介和广告受众、消费者在广告活动中的地位, 了解广告发展的历史和历程。本课程的主要内容包括: 广告和广告的历史、广告文案专题、音频广告专题、影视广告专题、户外广告专题、公益广告与社会营销专题、植入广告与原生营销专题、国际广告与全球营销专题等八个部分。课程结合春季学期和秋季学期的不同特点, 分别采用广告作品创作、广告作品赏析的不同方式进行考核。

## 二、课程地位与教学目标

**课程地位:** 作为通识教育课程, 旨在为学生普及广告、营销、传播的通识性知识, 让学生在日常生活和未来的工作、科研中能够正确认识广告, 批判性看待营销、传播现象, 对于有创业需求的学生提供营销、传播和媒介使用的基础知识和基本原理, 提升学生的文化自信和审美情趣, 拓展学生的知识视野和思维广度。

**教学目标:** 支撑的毕业能力项[6]、[10], 具体说明如下:

[6] 工程与社会: 理解广告对于政府宣传、企业营销、社会组织管理的意义和价值, 正确认识公益广告对社会治理、商业广告对社会消费的促进作用, 批判性看待广告活动带来的社会问题。

[10] 沟通: 能够用语言文字表达个人的观点和思维过程, 通过对广告学基本理论的学习掌握劝服的技巧和技巧, 能够在跨文化背景下形成国际视野并讲好中国故事。

## 三、课程教学内容及要求

### 1、课程内容及要求

## 第一章 广告和广告的历史

广告的概念和特征[掌握], 广告一词的由来[了解], 广告活动及其要素[理解], 广告活动的流程[理解], 作为传播过程的广告活动[掌握], 作为营销要素的广告活动[掌握], 营销组合及广告在营销组合中的地位[理解], 营销观念的发展[了解], 整合营销传播的内涵、提出背景和要点[理解], 广告的分类[理解], 广告的历史[Δ], 古代中国最早的广告[了解], 古代西方最早的广告[了解], 著名的广告人[Δ], 中国电视广告的历史与现状[掌握], 《中华人民共和国广告法》[理解]。

## 第二章 广告文案专题

广告赏析的四个步骤[掌握], 广告文案的概念[理解], 广告文案创意与营销传播理论的发展[掌握], 广告文案的创作思路[理解], 广告语的创作[掌握], 广告长文案的创作[掌握], 广告文案作品赏析[掌握]。

## 第三章 音频广告专题

广播广告与广播广告媒介[了解], 广播听众的构成[了解], 广播广告媒介的优点和缺点[理解], 广播广告受众的媒介接触心理[理解], 广播广告的适用[掌握], 广播广告的传播方式[理解], 广播广告的问题和发展前景[Δ], 广播广告的三要素[掌握], 广播广告的创作技巧[掌握], 广播广告作品赏析[掌握]。

## 第四章 影视广告专题

电视广告与电视广告媒介[了解], 电视观众的构成[了解], 电视广告媒介的优点和缺点[理解], 电视广告受众的媒介接触心理[理解], 电视广告的适用[掌握], 电视广告的传播方式[理解], 电视广告的问题和发展前景[Δ], 央视广告招标与中国经济发展[理解], 电视广告的结构元素[掌握], 电视广告的创作技巧[掌握], 使用与满足理论[理解], 培养理论[理解], 电视广告的镜头与机位[了解], 电视广告作品赏析[掌握]。

## 第五章 户外广告专题

户外广告的感性认识[了解], 户外广告的概念[理解], 户外广告的优点和局限[了解], 户外广告的功能[了解], 户外广告的适用[掌握], 户外广告的问题和发展趋势[Δ], 户外广告媒介的分类[了解], 传统的户外广告媒介创新[掌握], 技术化的户外广告媒介创新[掌握], 作为户外广告媒介的装置艺术[掌握], 城市生活圈广告媒介[理解], 乡村生活圈广告媒介[理解], 户外广告作品赏析[掌握]。

## 第六章 公益广告与社会营销专题

公益广告的概念[掌握], 公益广告的历史[了解], 公益广告的特点[理解], 公益广告的效果及其测量[理解], 倡导型广告及其与公益广告的关联[理解], 社会营销的概念[掌握], 社会营销与公益营销的区别[了解], 企业社会责任[掌握], 公益广告作品赏析[掌握], 企业社会营销案例研讨[掌握]。

## 第七章 植入广告与原生营销专题

场景的概念与媒介泛化[掌握], 植入广告的概念[理解], 植入广告的特征和判断依据[理解], 植入广告存在的合理性[理解], 植入广告的常见表现形式[掌握], 植入广告的优缺点[了解], 常见的广告植入媒介[了解], 原生广告的出现与原生营销的盛行[理解], 原生营销的特点[理解], 原生营销的四种表现形式[Δ], 植入广告案例研讨[掌握], 原生营销案例研讨[掌握]。

握]。

## 第八章 国际广告与全球营销专题

国际广告、国际营销、国际传播、全球广告、全球营销、全球传播的概念与关联[了解], 标准化广告与适应化广告[掌握], 4A 广告公司与国际广告公司[理解], 品牌的国家背书[理解], 李宁品牌的国际化案例研讨[掌握], 雅芳品牌在中国的营销传播案例研讨[ Δ ], 可口可乐品牌在中国的营销传播案例研讨[掌握], 华为品牌的国际化案例研讨[理解]。

### 2、支撑毕业能力项的教学内容

[6] 工程与社会: 广告的历史, 公益广告与社会营销专题, 国际广告与全球营销专题, 企业社会责任。

[10] 沟通: 广告文案专题, 音频广告专题, 影视广告专题。

## 四、教学环节安排及要求

本课程以课内教学为主, 通过教师讲授和学生讨论相结合的方式完成。鼓励学生参与到翻转课程活动中来, 学生可根据专业背景、兴趣爱好进行关于广告主题相关的 10 分钟以内的演讲, 以拓展学生视野和课程参与积极性, 并酌情予以考核成绩上的加分。课程还会以课堂游戏等方式, 增强学生的课堂参与感。

课程根据春季和秋季的学期特点, 采用不同方式进行课外教学, 春季学期要求学生完成影视广告、广播广告、广告文案的创作, 学生应当在创作过程中, 及时与任课教师进行沟通; 秋季学期要求学生提升广告作品和营销案例的鉴赏与研讨能力, 学生应在课下搜集新近的广告作品和营销案例, 及时与任课教师进行讨论。

## 五、教授方法与学习方法

**教授方法:** 结合课程特点和学生构成, 本课程教授方法主要包括教师讲授、师生研讨、案例教学等多种教学方法。具体表现在, 对广告学基础知识、营销基础知识的介绍上主要采用教师教授的方式来完成, 对广告作品赏析、广告作品创作、营销案例分析中采用师生研讨、案例教学两种方式相结合的方式来完成。与此同时, 春季学期更注重学生的广告创作能力培养, 秋季学期更注重学生的广告鉴赏能力和分析能力培养。

**学习方法:** 要求学生课上认真与任课教师进行互动, 完成广告学、营销学基础知识的学习; 建议学生课下到图书馆查阅有关广告学、营销学的案例书籍, 关注广告学相关的微信公众号、行业网站, 关注广告作品和营销案例; 在进行广告作品创作和广告案例、营销案例搜集时, 及时与任课教师进行沟通和研讨。

## 六、学时分配

表 1 各章节学时分配表

章节	主要内容	学 时 分 配					合计
		讲授	习题	实验	讨论	其它	
1	广告和广告的历史	3			1		4
2	广告文案专题	2					2
3	音频广告专题	3			1		4
4	影视广告专题	3			1		4
5	户外广告专题	3			1		4
6	公益广告与社会营销专题	4			1		5
7	植入广告与原生营销专题	3			2		5
8	国际广告与全球营销专题	3			1		4
合计		24			8		32

## 七、考核与成绩评定

课程采用平时成绩+广告作品创作或广告作品/营销案例赏析的方式进行考核，具体考核内容和成绩评定标准参见表 2。

表 2 考核方式及成绩评定分布表

考核方式	比例 (%)	主要考核内容
课堂参与	10	到课情况、课堂互动情况
课堂作业	10	1-2 次课堂作业的完成情况
期末	80	春季学期：广播广告、影视广告、广告文案的创作质量；秋季学期：广告作品和营销案例的赏析能力。

制定者：李晨宇

批准者：李升

2021 年 06 月

# “世界流行文化研究”课程教学大纲

英文名称: Study of World Popular Culture

课程编号: 0008604

课程性质: 通识教育选修课

学分: 2.0

学时: 32

课程类别: 工程经济与项目管理 文化自信与艺术鉴赏 科学探索与创新发

面向对象: 全校本科生

先修课程: 无

教材及参考书目:

[1]高宣扬.《流行文化社会学(第2版)》.中国人民大学出版社,2015年7月。

[2]陶东风.《文化研究导论》.高等教育出版社,2014年3月。

[3]约翰·斯道雷.《文化理论与大众文化导论》.北京大学出版社,2015年7月。

[4]劳伦斯·格罗斯伯格等.《媒介建构:流行文化中的大众媒介》.南京大学出版社,2014年1月。

[5]丹尼尔·米勒.《物质文化与大众消费》.江苏美术出版社,2010年1月。

[6]罗钢.《消费文化读本》.中国社会科学出版社,2003年6月。

[7]亨利·詹金斯.《文本盗猎者:电视粉丝与参与式文化》.北京大学出版社,2017年2月。

[8]冯丙奇.《病毒式传播研究》.中国传媒大学出版社,2016年9月。

## 一、课程简介

《世界流行文化研究》是一门面向全校本科生的通识教育选修课程。旨在拓展和深化学生对当代流行文化的理解,为学生提供更为多元、广阔的文化分析视角。课程结合文化研究、消费社会与媒介研究中的经典理论,探讨当代流行文化趋势与当代中国流行文化的生成机制与消费市场的转变,以及在高科技与新媒体的高速发展之下,流行文化意涵的转变与现象研究(包括流行音乐、广告、视频等)。引导学生对身边的流行文化现象和文化消费行为进行审视和反思,启发学生建立正确的文化价值观,树立文化自觉和文化自信,培养高尚的人文素养、健康的审美情趣和乐观的生活态度。

## 二、课程地位与教学目标

**1. 课程地位:**大学生是当代流行文化的主要接收者、消费者和生产者。随着科技和媒介迅速发展,流行文化正在以前所未有的速度更迭变换,大学生身处流行文化包围之中,却缺少透视“庐山真面目”的文化分析能力、鉴赏能力和批判精神。本课程旨在通过理论讲授和案例教学,帮助学生“透过现象看本质”,提升学生对当代文化现象的洞察能力、分析能力和创新实践能力,帮助学生树立正确的文化价值观和文化消费观,是大学生人文素养培养和美育的重要一环。

### 1. 教学目标:

支撑的毕业能力项[2],具体说明如下:

[2]文化自信与艺术鉴赏：通过对当代流行文化现象的分析与探讨，启发学生从不同维度理解自身所处的时代、社会与文化，学会更加理性、客观、透彻地审视当代流行文化现象，教导学生正确看待流行文化中的积极要素和负面影响，帮助学生建立正确的文化价值观和文化消费观，树立文化自觉和文化自信，培养人文情怀和高尚的审美情趣。

### 三、课程教学内容及要求

#### 1. 课程内容及要求

##### (1) 第一讲：概论

介绍流行文化的定义[理解]，为什么要研究流行文化[理解]，流行文化的研究议题和视角[了解]，讲解流行文化的特点[掌握]，最后通过案例“‘小鲜肉’背后的社会文化意义”[了解]启发学生思考流行文化背后的社会、经济和文化因素。

重点：流行文化的特点

难点：为什么要研究流行文化、流行文化的研究议题

##### (2) 第二讲：精英文化、大众文化与文化工业

讲授精英文化和大众文化的定义[理解]，精英文化和大众文化的关系[理解]，介绍法兰克福学派的文化研究理论[掌握]，最后播放视频《十三邀：许知远对话马东》启发学生关于精英文化和大众文化的进一步探讨和思考[Δ]

重点：法兰克福学派的文化工业理论

难点：精英文化和大众文化的关系理解

##### (3) 第三讲：流行文化与媒介建构

讲授媒介的定义[理解]、媒介研究的两种视角[了解]，介绍媒介研究中的相关理论，包括拟态环境、议程设置、培养理论[理解]，通过案例讲解明星的媒介建构[理解]，对以上理论进行回应和具体分析。

重点：媒介研究的相关理论

难点：媒介研究的两种视角

##### (4) 第四讲：流行文化与消费

介绍消费社会的由来[理解]，讲授消费文化的理论[理解]，通过案例讲解关于时尚消费、炫耀消费背后的社会文化成因[理解]。

重点：马克思主义对消费的理论、符号学的研究视角

难点：消费文化理论的不同观点和代表人物

##### (5) 第五讲：性别与流行文化

讲授性别的定义[掌握]，介绍性别与社会分层、女性主义理论以及其他的性别相关理论[掌握]，通过案例研究，启发同学们对当代流行文化中的性别因素进行思考[理解]。

重点：性别的定义和性别理论

难点：对性别研究中几种不同流派的区分

##### (6) 第六讲：青年亚文化

讲解亚文化的定义[理解]，对伯明翰学派关于亚文化的理论进行讲授[掌握]，结合中国杀马特文化和美国嬉皮士文化两个亚文化的案例[了解]，对亚文化现象做进一步深入解读，引发学生对当下亚文化现象进行思考和分析。

#### (7) 第七讲：流行文化现象——流行音乐

介绍流行音乐的发展历史[了解]，讲授流行音乐与社会文化的关系[理解]，通过案例讲解摇滚乐与美国社会的互动关系[了解]。

重点：摇滚乐与美国社会的互动

难点：流行音乐与社会文化的关系分析

#### (8) 第八讲：流行文化现象——广告

总体介绍广告与社会环境的互动关系[理解]，通过广告、营销案例，详细讲解社会环境对广告的影响[理解]，以及广告对社会的影响[理解]。

重点：广告对社会的影响

难点：广告作用于消费者的方式之需求生产和品牌建构

重点：伯明翰学派的亚文化理论

难点：亚文化研究的理论视角和方法

#### (9) 第九讲：流行文化现象——病毒式视频传播

讲解病毒式传播的定义[理解]，结合病毒广告、视频和营销案例介绍病毒式传播的类型[掌握]，最后讲授病毒式传播成功的原因[掌握]，并启发学生在思考如何在社交媒体、短视频中进行病毒式推广和营销。

## 四、教学环节安排及要求

### 1、课堂讲授

课堂教学首先要使学生掌握课程教学内容中规定的一些基本概念、基本理论和基本方法，通过讲授使学生能够对这些基本概念和理论有更深入的理解，使之有能力将它们应用到一些问题的求解中。本课程中以课堂讲授为主，使用多媒体课件，占 25 学时，配合视频资料播放作为例证说明，占 1 学时。适当引导学生阅读课外书籍和资料，培养自学能力。

### 2、小组合作

小组合作需要在掌握基本原理的基础上，在总体结构的指导下进行，共占 6 学时。在开学初期将学生按照每组 7-8 人的形式进行分组，共分成 18 个小组。针对教师指定的六个选题进行讨论后，根据小组成员的兴趣和实际情况确定、细化一个选题，对当前的一个流行文化现象/文化产品/事物进行分析和调研，探讨其文化特征及其流行的社会文化成因。每组汇报时间 15 分钟，每周汇报 3 个小组，从第 3 周开始利用最后一个课时进行汇报展示。通过小组合作调研实践的方式，强化学生课上所学理论和研究方法，并有效培养学生的资料获取能力、问题分析能力、团队合作能力和口语表达能力。

验收方式 1：PPT 展示（制作报告、演示内容）。

验收方式 2：现场听取汇报（每组报告 15 分钟）。通过小组成员之间的合作以及表达能力的体现给予不同的分数评定。

现场验收小组的汇报成果，进行讨论，并给出现场评定。评定级别分优秀、良好、合格、不合格，最后根据具体情况按照满分 100 分评定。

评分建议：

总分为 100 分；现场按照选题价值和创新性、资料整合能力、调研实践能力、问题分析能力、展示汇报能力 5 项进行评价，记录完成的质量（A-优秀、B-；良好、C-合格、D-不合

格),小组内部将由组长给出各成员的贡献率,教师根据自己和学生的评分给出各组的综合评分,并根据表现给出每个学生的得分。

## 五、教授方法与学习方法

### 2、教授方法:

#### (1) 课堂讲授

本课程以课堂讲授为主,讲授内容主要以流行文化社会学的相关理论为主线,结合现实生活中的流行文化现象进行讲解和说明,提高课堂的趣味性和实用性,使学生充分利用课堂时间对所学知识进行吸收和内化。引导学生在掌握了基本理论和分析方法后,对当前文化现象做出客观、深刻的洞察和思考,提升其人文素养、思维能力和批判精神。

#### (2) 案例教学

案例教学法可将理论知识和现实实践有效结合,加深学生对理论的理解和掌握,并将理论运用到对实际问题的分析和解决中,提升学生发现问题、分析问题和解决问题的能力。在对理论讲授的基础上,课程中运用案例教学法对现实中的流行文化现象进行分析、讨论,调动学生的学习兴趣,深化学生对理论的理解,启发学生对现实问题进行关注和思考,提升学生对流行文化现象的洞察能力和分析能力,拓展多元文化视野,培养人文情怀。

#### (3) 翻转课堂

学生在课上展示小组调研结果和思考,让学生在实践活动中深化专业知识、将所学理论知识分析、发现、解决实际问题,真正做到学以致用、知行合一。

**2、学习方法:**养成探索的习惯,特别重视对基本理论的钻研,在理论指导下进行实践;注意从实际问题入手,归纳和提取基本特性。明确学习各阶段的重点任务,做到课前阅读,课中认真听课,积极思考,课后认真复习,不放过疑点,充分利用教师资源和同学资源。大量选取课外读物和参考书的相关内容,从理论联系实践的角度,深入理解概念,掌握流行文化社会学中的基本理论和分析方法,并对当前的流行文化现象重新审视,做出合理客观的分析和解读,在小组作业中与同组成员进行充分协作、交流和讨论,形成对研究议题的深入分析和思考。

## 六、学时分配

表 1 各章节学时分配表

章节	主要内容	学 时 分 配					合计
		讲授	习题	实验	讨论	其它	
1	概论	3			1		4
2	流行文化、精英文化和文化工业	2					2
3	流行文化与媒介建构	2					2
4	流行文化与消费	3				1	4
5	性别与流行文化	3				1	4
6	青年亚文化	3				1	4
7	流行文化现象: 流行音乐	3				1	4
8	流行文化现象: 广告	3				1	4
9	流行文化现象: 网络病毒视频	3				1	4

合计		25			1	6	32
----	--	----	--	--	---	---	----

## 七、考核与成绩评定

平时成绩（考勤、课堂表现）占 10%、期中成绩（小组作业）占 60%、期末成绩（个人作业）占 30%。平时成绩中的出勤和课堂表现反映了学生的信息接受能力和自我约束能力，成绩评定的主要依据包括：课堂的出勤率、课堂的基本表现（含随堂练习等）。期中成绩是小组作业，主要是对学生进行知识的检验和表达能力的培养，体现为以小组为单位的研究分析能力，以及陈述表达能力；期末成绩以个人作业完成，考察学生对所学理论和研究方法的理解和掌握程度，以及运用所学知识分析解决具体问题的能力。

**表 2 考核方式及成绩评定分布表**

考核方式	比例（%）	主要考核内容
考勤成绩	10	学生的出勤和课堂表现。
期中小组作业	60	学生的理论掌握能力、问题发现能力、资料获取能力、团队合作能力、口语表达能力。
期末个人作业	30	学生的问题解决能力和独立思考能力。

制定者：陈柏霖

批准者：李升

2021 年 6 月

# “新媒体营销”课程教学大纲

英文名称: Digital Marketing

课程编号: 0008301

课程性质: 通识教育选修课

学分: 2.0

学时: 32

课程类别: 工程经济与项目管理 文化自信与艺术鉴赏 科学探索与创新发展

面向对象: 全校各专业二年级以上本科生

先修课程: 无

教材: 菲利普·科特勒等. 营销革命 4.0: 从传统到数字. 机械工业出版社, 2018 年 1 月

参考书:

[1] 阳翼. 数字营销 (第 2 版). 中国人民大学出版社, 2019 年 6 月

[2] 查克·希曼. 数字营销分析: 消费者数据背后的秘密. 机械工业出版社, 2021 年 4 月

[3] 南希·R.李、菲利普·科特勒. 社会营销: 如何改变目标人群的行为. 上海人民出版社, 2018 年 4 月

## 一、课程简介

新媒体营销, 是一门面向全校二年级以上各专业本科生的通识教育课程, 也是学校第一批通识教育重点建设课程, 旨在提升学生对数字媒体、营销传播、媒介素养等领域知识的理解, 关注新媒体在组织 (主要是企业) 营销传播中发挥的积极效用, 以及新媒体在营销传播中存在的社会问题。营销 4.0 以大数据、社群、价值观营销为基础, 企业将营销的中心转移到如何与消费者积极互动、尊重消费者作为“主体”的价值观, 让消费者更多地参与到营销价值的创造中来。课程的主要内容包括: 新媒体营销及其特征、新媒体产品及其设计思路、社会化媒体营销、微电影营销、营销传播专题研讨、新媒体营销案例分析等。课程结合各学期学生构成和授课情况, 采用小组项目操作、个人案例分析、营销传播观察周记等多种形式有选择性地考核。

## 二、课程地位与教学目标

**课程地位:** 作为通识教育课程, 旨在为学生普及媒介、营销、传播的通识性知识, 让学生在日常生活和未来的工作、科研中能够正确使用媒介, 批判性看待营销、传播现象, 对于有创业需求的学生提供营销、传播和媒介使用的基础知识和基本原理, 为学生在本科学习阶段提供知识拓展、解决实际复杂问题的思维能力、实践能力支撑。

**教学目标:** 支撑的毕业能力项[3]、[6]、[9], 具体说明如下:

[3] 设计/开发解决方案: 为工程产品/服务提供新媒体营销推广策略, 通过分析产品/服务存在的问题, 有针对性的提供营销策略、传播策略、创意策略等, 有针对性的提升产品/服务的市场占有率和品牌印象。

[6] 工程与社会: 理解企业在管理过程中, 需要面对的企业社会责任及其履行策略, 正确认识营销、传播现象背后的基本原理, 批判性看待媒介技术发展对社会的影响。

[9] 个人和团队：以小组为单位，完成新媒体营销项目的策略和执行，并对项目进展和结果进行自评和互相评估，提升学生对个人在团队中角色的认知，并积极参与到团队中来，贡献个人担当。

### 三、课程教学内容及要求

#### 1、课程内容及要求

##### 第一章 新媒体营销及其特征

新媒体营销现象[理解]，新媒体营销的基本概念和内涵[掌握]，新媒体营销的思维方式[掌握]，新媒体与数字媒体之间的异同[了解]，媒介泛化及其对新媒体营销的影响[理解]，新媒体发展现状[Δ]，新媒体时代信息传播方式的转变[掌握]，计划信息与非计划信息[掌握]，控制信息与沟通信息[掌握]，新媒体营销经典案例分析[理解]。

##### 第二章 新媒体产品及其设计思路

产品与服务[理解]，新媒体产品与新媒体服务[掌握]，新媒体的内容产品[了解]，新媒体产品的设计思路[掌握]，词汇交叉联想法和未来幻想法[掌握]，新媒体内容产品的分类和迭代[Δ]，新媒体产品设计经典案例分析[理解]。

##### 第三章 社会化媒体营销

社会化媒体的基本概念和内涵[理解]，社会化媒体营销的概念和内涵[掌握]，社会化媒体的分类[理解]，微博营销[掌握]，微信营销[掌握]，社交媒体营销[理解]，强关系与弱关系[理解]，数字时代消费者的生活方式[理解]，数字原住民与数字移民[理解]，创新扩散理论[掌握]，二八定律与长尾理论[掌握]，批判性看待社会化媒体[了解]，社会化媒体与大众文化、亚文化[Δ]，网红经济及其运作模式[了解]，粉丝经济与网络水军[了解]，社会化媒体的盈利模式与运营逻辑[理解]。

##### 第四章 微电影营销

微电影的基本概念和特征[Δ]，微电影营销的基本概念和特征[掌握]，微电影营销的原因[理解]，微电影营销与植入广告的同异[理解]，微电影营销的常用手法[掌握]，微电影营销存在的问题和解决方向[了解]，微电影营销经典案例分析[理解]。

##### 第五章 营销传播专题研讨（此章内容会分散到各章节进程中）

数字媒体时代的社会营销与企业社会责任专题研讨[掌握]，基于 Z 时代群体的品牌年轻化专题研讨[掌握]，基于家庭、社群、社区的新媒体营销专题研讨[了解]，信息传播的创新性思维课堂互动游戏[理解]，315 晚会与企业新媒体危机公关专题研讨[Δ]。

##### 第六章 新媒体营销案例选讲

营销策略与 4P、4C 观念[掌握]，营销与营销传播的同异[理解]，整合营销传播的基本概念和内涵[掌握]，传播媒介的分类及其演进进程[了解]，不同行业 and 不同营销传播目标的新媒体营销案例分析[理解]。

#### 2、支撑毕业能力项的教学内容

[3] 设计/开发解决方案：新媒体产品及其设计思路，新媒体营销案例选讲。

[6] 工程与社会：批判性看待社会化媒体，社会化媒体与大众文化、亚文化，网红经济及其运作模式，粉丝经济与网络水军，社会化媒体的盈利模式与运营逻辑，315 晚会与企业新媒体危机公关专题研讨，数字媒体时代的社会营销与企业社会责任专题研讨。

[9] 个人和团队：信息传播的创新性思维课堂互动游戏，不同行业和不同营销传播目标的新媒体营销案例分析。

## 四、教学环节安排及要求

本课程以课内教学为主，通过教师讲授和学生讨论相结合的方式完成。鼓励学生参与到翻转课程活动中来，学生可根据专业背景、兴趣爱好进行关于新媒体、新媒体营销相关的 10 分钟以内的演讲，以拓展学生视野和课程参与积极性，并酌情予以考核成绩上的加分。课程还会以专题研讨、课堂游戏等方式，增强学生的课堂参与感。

课程根据教学班规模，采用不同方式进行课外教学，主要以学生小组项目操作的课外研讨、学生个人的课外品牌观察等形式呈现。小规模教学班，鼓励学生以小组为单位进行课程实践，完成新媒体营销项目从策划到实践的全流程；大规模教学班，要求学生以个人为单位进行品牌的新媒体营销观察周记撰写，完成对具体品牌的微信公众号、官方微博、官方抖音号、企业官网等新媒体平台中营销表现的观察与反思，以最终达成学生对现实生活中具体营销传播问题的认知能力、分析能力和解决能力。

## 五、教授方法与学习方法

**教授方法：**结合课程特点和学生构成，本课程教授方法主要包括教师讲授、师生研讨、小组合作、项目驱动、案例教学等多种教学方法。具体表现在，对新媒体营销知识的介绍上主要采用教师教授的方式来完成，对新媒体营销的案例中采用师生研讨、案例教学两种方式相结合的方式来完成，小班教学时的学生结课作业将以小组为单位，完成新媒体营销项目从策划到执行的全过程，将采用项目驱动、小组合作、教师指导的方式共同进行，大班教学时的学生结课作业将以个人为单位，完成对具体品牌的营销传播观察周记撰写，将采用项目驱动、教师指导的方式共同进行。

**学习方法：**要求学生课上认真与任课教师进行互动，完成新媒体营销基础知识的学习，以及课堂研讨内容的展开；建议学生课下到图书馆查阅有关新媒体营销的案例书籍，关注新媒体营销有关的微信公众号、行业网站、企业官网、官方微博、公众号和抖音号等，阅读工信部、中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的行业发展报告；在新媒体营销项目操作或品牌营销传播观察周记进行过程中，要求学生时常与任课教师进行沟通，并保证进度，避免出现结课前赶进度的现象出现，注意学习过程的自主管理，与同小组、同兴趣组学习同伴积极交流沟通。

## 六、学时分配

表 1 各章节学时分配表

章节	主要内容	学 时 分 配					合计
		讲授	习题	实验	讨论	其它	
1	新媒体营销及其特征	3			1		4
2	新媒体产品及其设计思路	3			1		4
3	社会化媒体营销	4			2		6
4	微电影营销	3			1		4
5	营销传播专题研讨	2			4		6

6	新媒体营销案例选讲	5		3		8
合计		20		12		32

## 七、考核与成绩评定

作为学校第一批通识教育重点建设课程，课程一直以因材施教为原则，针对大班教学模式和小班教学模式采用不同的考核与成绩评定机制。针对大班教学，将采用平时成绩+品牌营销传播观察周记的方式进行考核，具体考核内容和成绩评定标准参见表 2；针对小班教学，采用平时成绩+新媒体营销项目执行的方式进行考核，具体考核内容和成绩评定标准参见表 3。

**表 2 考核方式及成绩评定分布表（大班教学）**

考核方式	比例（%）	主要考核内容
课堂参与	10	到课情况、课堂互动情况
课堂作业	10	1-2 次课堂作业的完成情况
期末	80	品牌营销传播观察周记，以个人为单位，选择具体的品牌，观察其 4-5 周时间在企业官网、官方微博、微信公众号、官方抖音号等新媒体平台的营销传播表现，并进行分析与评价。考核学生作业的完成进度和周记撰写质量。

**表 3 考核方式及成绩评定分布表（小班教学）**

考核方式	比例（%）	主要考核内容
课堂参与	10	到课情况、课堂互动情况
课堂作业	10	1-2 次课堂作业的完成情况
期末	80	新媒体营销项目操作，以小组为单位，选择具体的新媒体营销项目，完成项目从策划到执行的全过程。考核学生作业的完成进度和最终项目成果汇报情况。

制定者：李晨宇

批准者：李升

2021 年 06 月

# “心理电影与人生”课程教学大纲

英文名称: Psychological Movies and Life

课程编号: 0007054

课程性质: 通识教育选修课

学分: 2

学时: 32

课程类别: 工程经济与项目管理 美育修养与艺术鉴赏(美育课程) 其它  
科学探索与创新发展 道德修养与身心健康 沟通表达与全球视野

面向对象: 北京工业大学全日制本科生

先修课程: 无

教材:

没有统一教材, 以课件为主

参考书、参考资料及网址:

[1] 徐光兴. 中外电影名作心理案例集. 上海教育出版社, 2006年12月

[2] 王垣. 电影中的心理寓言. 中国轻工出版社, 2008年8月

## 一、课程简介

“心理电影与人生”课程通过把重要的心理学知识以讲授的方式传递给学生, 然后在每一个具体主题下使用一部心理主题的电影作为媒介, 帮助学生实现心理学知识与具体现象之间进行桥接, 实现学生以提高兴趣的方式来学习心理学知识, 并且运用心理学的知识和思维方式理解自我人生或他人人生中的各种经历。课程内容涉及到发展心理学的内容、异常心理学的部分, 以及对心理创伤、心理障碍的治疗方式, 选择对非心理学或相关专业以及没有先修课程为基础的学生能够比较容易理解和掌握的知识点来进行授课, 丰富学生们的心理学知识和积极的心理健康观念。

## 二、课程地位与教学目标

**课程地位:** 当前社会对人们心理学知识的普及有很高的需求, 对于高校本科生来说, 出了了解和认识一定的心理学知识以外, 还应当提高心理健康意识, 以及从心理学视角认识自我、他人以及社会。

**教学目标:** 完成一定量的心理学知识和理论讲授, 结合电影资料的展示与分析, 学会应用所学知识。本课程主要致力于两个目标: 1、帮助学生学习与人生发展息息相关的重要心理学知识与理论; 2、教会学生用心理学的视角来认识社会与个人, 并培养健康的心理观。支撑的毕业能力项 [1] 思想政治与德育(课程思政)。

## 三、课程教学内容及要求

### 1. 课程内容及要求

#### (1) 心理发展篇——心理电影中的人生发展

- 1) 儿童心理发展电影解析
- 2) 青少年心理发展电影解析

### 3) 中老年心理发展电影解析

### 4) 老年心理发展电影解析

教学目标：这一模块的目标就是要让学生从心理学的专业角度理解人的发展规律，以不同阶段的重要任务和发展主题。

学习重点：人生发展各阶段的心理特点及发展规律

学习难点：有关的心理学理论和涉及的重要专业概念，对于非专业或缺乏心理学知识的学生来说有些困难。

每一节的内容包括儿童期发展的重点任务[掌握]；相关的心理学理论，包括精神分析理论、认知行为理论、人本主义理论等等[理解]；这个阶段可能出现的心理问题和困难[了解]。

## (2) 心理健康篇——电影中的多样人生

### 1) 心理创伤者的外显景象

### 2) 强迫症的别样人生

### 3) 多重人格的碎片世界

### 4) 抑郁者的灰暗之路

教学目标：这个模块重点向学生介绍几类常见的异常心理的表现和内在世界的成因等等，让学生发展出精神障碍人士的关爱、理解和接纳，同时掌握一部分基本的鉴别手段和思路。

学习重点：心理健康的有关知识以及异常心理的鉴别方法

学习难点：心理异常发生发展机制的介绍

首先在本模块的总体介绍中，会向学生介绍健康心理和异常心理的区分[掌握]；介绍最为权威和临床常用的精神障碍诊断标准，例如DSM，帮助学生大致的使用方法[理解]。在之后的每一节内容中，选择一个精神障碍的类别来进行讲解，结合电影素材来进行对讲授知识的深化，从感性角度帮助学生理解异常人士的生活、处境、发展等议题[理解]。

## (3) 心理疗愈片篇——电影中的疗愈人生

### 1) 受伤者自我修复的故事

### 2) 认识意义心理疗法

### 3) 见证精神分析疗法

### 4) 心理治疗解析

教学目标：本模块基于前面两个模块已有的知识基础，进行进一步的拓展，符合知识体系的拓展逻辑，也帮助学生发展必要的、开放的心态，建立合理的疗愈观、更健康的心理观；同时也学习心理问题或障碍获得疗愈的具体方法。

学习重点：不良心理的转变方法和过程

学习难点：主要心理治疗流派的理论与实践方案

在模块中，会大致介绍心理问题或困难得到帮助或疗愈的常见临床方法，通过对几个临床常用的治疗理论取向进行介绍，包括理论基础和主要技术[理解]，通过对电影中治疗过程的解析，从实务层面对心理干预的理论与实践的结合有所认知[了解]。

## 2. 支撑毕业能力项的教学内容

[1] 思想政治与德育（课程思政）：课程内容中有大量帮助学生树立正确的价值观的视角和素材，尤其是通过帮助学生提升自我认知、自我觉察以及自我反思的意识，强化他们对自

身心理健康、积极向上心态、正向的认知和言行的习惯。

#### 四、教学环节安排及要求

##### 1. 心理发展篇——心理电影里的人生发展（12 课时）

每一节内容各 3 课时，包括教师讲授和课堂讨论的环节；课外作业 1 篇，结合本模块的主题，介绍至少 3 部相关影片及简介。

##### 2. 心理健康篇——心理电影中的多样人生（12 课时）

每一节内容各 3 课时，包括教师讲授和课堂讨论的环节；课外作业 1 篇，结合本模块的主题，介绍至少 3 部相关影片及简介。

##### 3. 心理健康篇——心理电影中的疗愈人生（8 课时）

每一节内容各 2 课时，包括教师讲授和课堂讨论的环节；课外作业 1 篇，结合本模块的主题，介绍至少 3 部相关影片及简介。

#### 五、教授方法与学习方法

##### 1、教授方法：多模式结合

讲授：知识点介绍；概念、观点的梳理。

课堂讨论：就已播放的影片资料，进行课堂讨论和课堂总结分享。

项目驱动：自选影片的课外作业就是推动学生去使用课上学到的知识使用到对人生议题、电影的选择和推介当中。

##### 2、学习方法：听、说、练的结合

学生经过听课、观影、讨论、发言、课后作业以及期末小论文的多个环节，从识记、认知、理解、表达到实际练习的整个学习历程完成对对课程内容的掌握和运用。

#### 六、学时分配

表 1 各章节学时分配表

章节	主要内容	学 时 分 配					合计
		讲授	习题	实验	讨论	其它	
一	心理发展篇——心理电影中的人生发展	10			2		12
二	心理健康篇——心理电影中的多样人生	10			2		12
三	心理疗愈篇——心理电影中的疗愈人生	7			1		8
合计		27			5		32

#### 七、考核与成绩评定

表 2 考核方式及成绩评定分布表

考核方式	比例 (%)	主要考核内容
作业	30	三个模块内容对电影选择的思路和恰当性
期末	70	综合论文作为期末考核的手段：对一部心理电影的综合分析可以考察学生对课程内容的兴趣重点和知识掌握、运用的情况

制定者：曹晓鸥

批准者：邢宇宙

2023 年 5 月

# “性健康与人才发展”课程教学大纲

英文名称: Sexual Health and Talented Development

课程编号: 0001152

课程性质: 通识教育选修课

学分: 2.0

学时: 32

课程类别: 工程经济与项目管理 文化自信与艺术鉴赏 科学探索与创新发展

面向对象: 各专业本科生

先修课程: 无

教材: 不指定

参考书:

[01] 江剑平. 大学生性健康教育. 科学出版社, 2020年10月

[02] 马保华. 大学生性健康修养. 高等教育出版社, 2013年6月1日

[03] 杨玉学. 成长之道(青春健康人生技能培训指南). 中国人口出版社, 2012年12月

[04] 刘文利. 大学生性健康教育读本. 清华大学出版社, 2013年10月

## 一、课程简介

本课程属于全校本科生的通识教育选修课,旨在促进学生的身心健康、增强性文明修养。课程涉及人类的性健康的多个层面,通过各种形式的教学活动,使学生了解有关性生理、性心理、社会关系等的基本知识和理论,增强对性在人生发展中的意义的认识。帮助学生获得科学的性知识、树立健康的性观念,接纳自己、了解异性,选择负责任的性行为,协调两性情感与家庭关系。本课程的教学内容:性的含义、性健康与人才发展的关系;两性特点;青春期的问题;性心理障碍、性病;优生优育;爱情与婚姻;性心理与性文明。教学内容重点:性的三层面、性发育的问题、恋爱关系、预防性传播疾病。难点:两性关系、性心理障碍、避孕。

## 二、课程地位与教学目标

**课程地位:** 通识教育选修课,促进学生的身心健康、增强文明修养。

**教学目标:** 通过各种形式的教学活动,使学生了解有关性生理、性心理、性社会关系等的基本知识、观念理论和方法,提高维护性健康的意识与能力。具体为帮助学生获得科学的性知识,树立健康的性观念,接纳自己、了解异性,选择负责任的性行为,协调两性情感与家庭关系,为成长为身心健康的公民和家庭成员做好准备。

支撑的毕业能力项目具体说明如下:

[1] 职业规范: 具有较高的人文社会科学素养、社会责任感,能够在生活和工作实践中理解并遵守道德和规范,履行责任。

[2] 个人和团队: 能够在多学科背景下的团队中承担个体、团队成员的角色,对待不同性别身份和家庭身份的他人能尊重和理解、良好合作。

[3] 终身学习: 具有自主学习和终身学习的意识,有不断学习和适应发展的能力。

### 三、课程教学内容及要求

#### 1、课程内容及要求

##### (1) 第一章 性与性教育

教学目标：学习有关性别知识，树立认识性的三层面的立体观念，重视性健康在人生发展中的重要性，了解性教育的途径与方法。

教学内容：[掌握]：性的三层面。[理解]：第一性征、性与人才发展的关系。[了解]：性科学的研究与发展、性教育的内容与途径。

教学重点：性的三层面

教学难点：性别影响因素

##### (2) 第二章 两性特征

教学目标：讲授两性在生理、心理和社会上的性别发育发展的特征和知识，帮助学生了解维护生殖系统健康方法，树立建立健康两性关系的观念。

教学内容：[掌握]：性别特征。[理解]：性的生殖系统、性意识、性别角色、两性吸引的因素。[了解]：性发育[Δ]、两性交往的误区。

教学重点：性别特征、性的生理保健、两性吸引、性心理发展三阶段、两性交往

教学难点：双性化

##### (3) 第三章 性发育问题与障碍

教学目标：学习性发育过程中常见问题的知识与应对方法，扩展对社会上性心理障碍现象的认识，增强对自己和社会的责任感。

教学内容：[掌握]：性发育中的常见问题如遗精和初潮、性自慰。[理解]：性心理障碍。[了解]：合理处理性冲动、两性生殖疾病 [Δ]

教学重点：性发育常见问题与应对、性心理障碍

教学难点：性心理障碍

##### (4) 第四章 恋爱

教学目标：学习有关恋爱的知识和理论，以及常见恋爱问题的分析和处理方法，帮助学生树立良好的恋爱观念、增强协调两性关系的能力。

教学内容：[掌握]：爱情三因素。[理解]：恋爱关系与发展及常见问题。[了解]：情感关系对人生发展的影响、两性沟通[Δ]

教学重点：爱情三因素

教学难点：恋爱问题的分析与应对

##### (5) 第五章 婚姻与家庭

教学目标：学习有关婚姻和家庭的知识，认识并分析常见家庭问题，树立珍惜家庭的责任意识。

教学内容：[理解]：婚姻、家庭关系与功能。[了解]：当代家庭问题，家庭案例[Δ]

教学重点：择偶理论、当代家庭问题

教学难点：家庭问题、家庭资源

##### (6) 第六章 优生优育

教学目标：学习有关生育和避孕的知识和方法，增强预防遗传疾病的观念，提高人口优

化的责任感。

教学内容：[掌握]：避孕。[理解]：怀孕与生育过程、遗传。[了解]：优生、遗传疾病、胎教与早教[Δ]

教学重点：怀孕、避孕、生育

教学难点：遗传疾病

#### (7) 第七章 性传播疾病

教学目标：学习性传播疾病的有关知识和预防途径与方法，促进学生选择健康安全的性行为，提高对自己和他人的责任意识。

教学内容：[掌握]：艾滋病与预防（部分内容自学[Δ]）。[理解]：性传播疾病的种类、表现、危害和预防。[了解]：性传播疾病的诊治[Δ]。

教学重点：艾滋病等性传播疾病的临床表现、危害、传播特点与预防

教学难点：帮助艾滋病感染者

#### (8) 第八章 性文明

教学目标：学习人类发展历史上的性文化现象，提高个体性道德水平，促进社会性文明发展。

教学内容：[掌握]：性道德。[理解]：性文明。[了解]：不同的性文化。社会案例 [Δ]

教学重点：性道德特征与发展，性文明

教学难点：人类性文明的发展

### 2、支撑毕业能力项的教学内容

[1] 职业规范：通过学习性健康的知识帮助学生具有较高的人文社会科学素养、社会责任感，能够在生活和工作实践中理解并遵守道德和规范，履行责任。

[2] 个人和团队：能够在多学科背景下的团队中承担个体、团队成员的角色，对待不同性别身份和家庭身份的他人能尊重和理解、良好合作。

[3] 终身学习：在教学安排的小组活动和课后的学习与作业中帮助学生提升自主学习和终身学习的意识，有不断学习和适应发展的能力。

## 四、教学环节安排及要求

主要教学环节有课堂学习与课外学习。课内含讲授、自我认知、案例讨论和小组活动等。课外有自主线上学习和作业等。要求学生全程参与并完成，依其完成的数量与质量做考核记录。

## 五、教授方法与学习方法

**教授方法：**课堂讲授：课堂教学通过讲授课程教学内容中规定的一些基本概念、基本理论和基本方法，使学生能够对这些基本概念和理论有更深入的理解，使之有能力将它们应用到大学生生活中的一些问题中。

**课堂活动：**积极推动实践、研究、合作型教学。给学生安排丰富的课堂讨论、案例分析、小组项目、角色扮演等活动，培养其思考与分析能力，加深其人文素养，增强健康意识、促进和谐的家庭关系和两性关系。

**学习方法：**指导学生课堂听讲、笔记、观看案例思考问题、合作学习与分享、线上线下

自主学习、检索并获取信息资源，同时安排个人与社会现象分析等课外作业来进一步掌握课堂讲述的内容，加强和巩固学生对性健康的理解和行动。

## 六、学时分配

表 1 各章节学时分配表

章节	主要内容	学 时 分 配					合计
		讲授	习题	实验	讨论	其它	
1	性与性教育	3			1		4
2	两性特征	3				1	4
3	性发育问题与障碍	3			1	1	5
4	恋爱	2			1	1	4
5	婚姻与家庭	2			1	1	4
6	优生优育	2				1	3
7	性传播疾病		1			3	4
8	性文明	1				1	2
	考试					2	2
合计		16	1		4	11	32

## 七、考核与成绩评定

课程考核以考核学生对课程目标达成为主要目的，检查学生对教学内容的掌握程度为重要内容。课程成绩包括平时成绩和期末考试成绩两部分。

一般为平时成绩 50%（其中出勤 20%，课堂活动等 40%，作业与任务完成 40%），考试 50%，视具体学期安排情况调整并向学生公布。

平时成绩主要反应学生的课堂表现、平时的信息接收与运用、自主学习、合作学习等方面的情况。成绩评定的主要依据包括：课程的出勤率、课堂的基本表现如课堂测验、课堂互动等；作业主要考察学生对已学知识理解应用以及自主学习的能力。

期末开卷考试是为对学生学习课程的全面考察。强调考核学生对基本概念、基本理论等方面掌握的程度，及学生运用所学分析解决相关身体、情感和恋爱等问题的能力。

表 2 考核方式及成绩评定分布表

考核方式	比例 (%)	主要考核内容
作业	20	在线内容学习与主题作业完成情况
随堂活动	20	课堂讨论、自我认识、小组活动等表现
出勤	10	课程出勤率
期末考试	50	课程主要知识、理论与应用

制定者：崔方

批准者：邢宇宙

2021 年 06 月

# “演讲与口才训练”课程教学大纲

英文名称: Speech and Eloquence Training

课程编码: 0008420

课程性质: 通识教育选修课

学分: 2.0

学时: 32

面向对象: 社会学系本科生

先修课程: 传播社会学、人际交往与情感管理

教材及参考书:

[1] 薛可, 余明阳. 《人际传播学》. 上海人民出版社, 2018年10月

[2] 赛尔劳著, 朱强译. 《公共演讲: 路径与方法(第二版)》. 清华大学出版社, 2010年7月

[3] 秦琍琍, 李佩雯, 蔡鸿滨. 《口语传播》. 复旦大学出版社, 2011年10月

## 一、课程简介

演讲与口才训练课程主要包括口语传播理论与公共演讲方法两部分。本课程以口语传播理论作为核心理念和实践依据, 针对学习者在公共演讲实践中的问题和困境, 为演讲者提供策略提升与风格塑造的系统化解决方案。本课程内容主要包括口语传播的原理与机制、口语传播的逻辑建构、受众聚焦与互动、说服策略与技巧、焦虑脱敏与个人风格形塑五个部分。本课程着重关注学生在口语表达和公共演讲过程中遇到的问题和困难, 结合课堂训练与现场教学, 针对性地配置克服困难和解决问题的策略, 从而实现传播效果与演讲能力的整体提升, 同时帮助学生在实践中寻找和定位个人独特的表达风格。

## 二、课程地位与教学目标

**(一) 课程地位:** 本课程是社会学专业本科生的专业选修课。本课程旨在引导学生认识和理解口语传播的基础理论, 帮助学生运用所学理论、策略和技巧, 解决公共演讲实践中的具体问题, 提升口语传播的效果和公共演讲的能力。本课程鼓励学生在实践中学习理论, 在理论指导下优化实践。

本课程支撑的毕业要求拆分指标点的具体描述如下:

**X1.Y4:** 心理健康, 具有良好的自我调适和社会适应能力。本课程对传播心理的调适, 特别是对表达焦虑问题的关注和解决, 有助于提升学生自我调适和社会适应的能力。

**X2.Y4:** 具有较强的自主学习能力, 拥有良好的创造性、反思性和批判思维能力。本课程鼓励学生运用相关理论、策略和技巧, 解决自身在公共演讲中的问题, 有助于提升学生的自主学习能力; 以口语传播理论为指导, 重构表达逻辑, 有助于提升学生的反思性和批判思维能力; 定位和形塑个性化表达风格, 有助于提升学生的创新能力。

**X2.Y5:** 理论联系实际, 具有良好的沟通、协调、组织和管理能力。表达能力和传播能力是个人领导力的重要组成部分, 学习本课程有助于提升学生的沟通、协调、组织和管理能力。

### (二) 课程目标

**1 教学目标：**本课程拟达到的课程目标，学生需要掌握的知识、素质与能力及应达到的水平，本课程对毕业要求拆分指标点达成的支撑情况，详见表 1。

**表 1 课程目标与毕业要求拆分指标点的对应关系**

序号	课程目标	毕业要求指标拆分点		
		X1.Y4	X2.Y4	X2.Y5
1	理解口语传播的原理和机制		⊙	
2	掌握根据文本重构演讲逻辑的策略和技巧		●	●
3	掌握聚焦受众并与其沟通互动的策略和技巧		⊙	●
4	掌握说服策略和技巧		⊙	●
5	调适表达心理，克服表达焦虑	●	⊙	●
6	形成个性化表达风格		⊙	●

注：●：表示有强相关关系，⊙：表示有一般相关关系，⊖：表示有弱相关关系

**2 育人目标：**学习演讲与口才，有助于提升学生的沟通、组织和管理能力，这对于培养学生的公共参与能力与公民素养具有积极作用；对公共演讲方法和技巧的学习，有助于感受语言艺术的魅力，培养对于中国语言文化的情感体验。

### 三、课程教学内容及要求

分章节列出课程教学内容及对课程目标的支撑，详见表 2。

**表 2 教学内容与课程目标的对应关系**

章节名称	教学内容及重点(▲)、难点(★)	课程目标(√)					
		1	2	3	4	5	6
第一章 导论	口语传播的原理和机制▲、口语传播的效果▲	√	√				
第二章 逻辑	文本与口语的逻辑结构差异▲，口语的逻辑重构★		√				
第三章 受众	受众聚焦策略与技巧▲，传受互动策略与技巧★			√			
第四章 说服	说服的原理和机制▲，说服策略与技巧★				√		
第五章 心理	认识表达焦虑▲，克服表达焦虑★					√	
第六章 风格	认识演讲气质▲，形成个性化演讲气质★						√

### 四、教授方法与学习方法

**教授方法：**本课程的主要内容通过教授和现场教学完成。导论和原理两章主要通过教授方式完成；在策略与技巧的各章节，采取教授与现场教学结合的方式，引导学生在表达实践中发现问题、解决问题，针对性提升传播效果与演讲能力。每次课后，本课程通过邮件、微信群等网络方式，进行课程内容答疑和预习通知。

**学习方法：**本课程鼓励和指导学生理论与实践紧密结合，在学习理论、策略与技巧的同时，解决自身在演讲实践中的问题。本课程采取学习研讨小组的方式，对学生学习进行追踪和辅导。相关课程文献资源，上载至公共网络，供学生下载、参考。

### 五、教学环节及学时分配

教学环节及各章节学时分配，详见表 3。

表 3 教学环节及各章节学时分配表

章节名称	教学内容	学 时 分 配					合计
		讲授	习题	实验	讨论	其它	
1	导论	4			1		5
2	逻辑	4			1		5
3	受众	4			1		5
4	说服	4			1		5
5	心理	4			1		5
6	风格	4			3		7
合计		24			8		32

## 六、考核与成绩评定

包括平时成绩 30%（作业 20%，其它 10%），考试成绩 70%。

平时成绩中的其它 10%主要反映学生的课堂表现（出勤、平时的信息接收和自我约束）。成绩评定的主要依据包括：课程的出勤率、课堂的基本表现（如课堂测验、课堂互动等）；作业 30%是自主演讲实践，主要考察学生运用理论、策略与技巧优化演讲实践的能力。

考试成绩 70%为个人演讲作品。为对学生学习情况的全面检验。采取限定选题的方式，考察学生演讲在逻辑、受众、说服、心理和风格五个方面的提升与整合的效果。

本课程各考核环节的比重及对毕业要求拆分点的支撑情况，详见表 4。

表 4 考核方式及成绩评定分布表

考核方式	比例（%）	主要考核内容及对毕业要求拆分指标点的支撑情况
平时成绩	30	出勤、课堂表现，自主演讲实践考察学生的自我调适与社会适应能力，反思性和批判思维能力，以及沟通、协调、组织与管理能力
考试成绩	70	期末课程论文，考察学生的自我调适与社会适应能力，沟通、协调、组织与管理能力，反思性与批判思维能力，创新能力

## 七、考核环节及质量标准

本课程各考核环节及质量标准，详见表 5。

表 5 考核环节及质量标准

考核方式	评分标准				
	A	B	C	D	E
	90~100	80~89	70~79	60~69	< 60
课堂表现	课堂表现优秀	课堂表现良好	课堂表现一般	课堂表现合格	不满足 D 要求
自主演讲 实践	在利用理论、策略和技巧解决演讲实践问题方面的表现优秀	在利用理论、策略和技巧解决演讲实践问题方面的表现良好	在利用理论、策略和技巧解决演讲实践问题方面的表现一般	在利用理论、策略和技巧解决演讲实践问题方面的表现合格	不满足 D 要求
个人演讲 作品	在逻辑、受众、说服、心理和风格五个方面提升与整合的表现优秀	在逻辑、受众、说服、心理和风格五个方面提升与整合的表现良好	在逻辑、受众、说服、心理和风格五个方面提升与整合的表现一般	在逻辑、受众、说服、心理和风格五个方面提升与整合的表现合格	不满足 D 要求
评分标准 (A~E): 主要填写对教学内容中的基本概念、理论、方法等方面的掌握, 及综合运用理论知识解决复杂问题能力的要求。					

制定者: 冯若谷

批准者: 李升

2020 年 3 月

# “当代媒介素养”课程教学大纲

英文名称: Contemporary Media Literacy

课程编号: 0008685

课程性质: 通识教育选修课

学分: 2.0

学时: 32

课程类别:  工程经济与项目管理  文化自信与艺术鉴赏  科学探索与创新  
发展

面向对象: 全校各专业二年级以上本科生

先修课程: 无

教材:

[1] 吴玉兰. 媒介素养十四讲. 北京大学出版社, 2014年9月

参考书:

[1] 高萍. 当代媒介素养十讲. 中国人民大学出版社, 2015年4月

## 一、课程简介

当代媒介素养, 是一门面向全校二年级以上各专业本科生的通识教育课程, 旨在让学生正确认识媒介, 理解媒介产品的本质, 思辨看待媒介与传播、新闻、社会、营销、广告之间的关联。在培养参与课程学生个人媒介素养的同时, 让他们带动身边的人提升媒介素养。本课程的主要内容包括: 大众媒介与传播、媒介的内容产品、广告服务与营销传播、社会化媒介。课程以任课教授讲授为主, 鼓励学生参与到课程研讨中, 最终以期末开卷考试的方式进行课程考核。

## 二、课程地位与教学目标

**课程地位:** 作为通识教育课程, 旨在为学生普及媒介、媒介素养的通识性知识, 让学生在日常生活和未来的工作、科研中能够正确认识媒介, 理解媒介与传播、新闻、社会、营销、广告之间的关联, 提升自己和身边人的媒介素养, 增强个人素养的广度和厚度, 学会正确看待媒介事件, 并能够正确使用各类媒介。

**教学目标:**

支撑的毕业能力项[6]、[12], 具体说明如下:

[6] 工程与社会: 正确认识媒介, 理解媒介产品的本质, 思辨看待媒介与传播、新闻、社会、营销、广告之间的关联, 充分认识个人未来工作领域与媒介环境之间的互动关系。

[12] 终身学习: 培养学生的媒介素养, 并在不断发展和变化的媒介生态环境中, 不断更新已有的媒介相关知识, 不断丰富个人的媒介观, 引导身边的人提升媒介素养。

## 三、课程教学内容及要求

### 1、课程内容及要求

#### 第一章 大众媒介与传播

媒介的基本认知[理解], 麦克卢汉与媒介[理解], 传播的由来[了解], 传播的概念、分类、

内容[掌握],人类传播的演进过程[ △ ],传播的四大社会功能[掌握],信息传播的一般模式[掌握],传媒体制[掌握],传播效果理论[ △ ],魔弹论[掌握],有限效果论[理解],使用与满足理论[掌握],创新扩散理论[理解],议程设置理论[掌握],沉默的螺旋[掌握],传统大众媒介[理解],数字媒介[理解],各类数字媒介平台[了解]。

## 第二章 媒介的内容产品

新闻与新闻学[了解],新闻的基本特点[掌握],新闻的要素[了解],新闻的类别[了解],新闻选择[掌握],新闻专业理念与新闻伦理[ △ ],内容产品[掌握]、新闻产品[理解]、电视节目产品[理解]、影视剧产品[理解]、纪录片产品[理解]、内容产品与文化产业[了解]、口红效应[理解]

## 第三章 广告服务与营销传播

广告的概念和特征[掌握],广告一词的由来[了解],广告活动及其要素[理解],广告活动的流程[理解],作为传播过程的广告活动[掌握],作为营销要素的广告活动[掌握],营销组合及广告在营销组合中的地位[理解],营销观念的发展[了解],整合营销传播的内涵、提出背景和要点[理解],广告的分类[理解],广告的历史[ △ ],古代中国最早的广告[了解],古代西方最早的广告[了解],著名的广告人[ △ ],中国电视广告的历史与现状[掌握],《中华人民共和国广告法》[理解],广播广告[理解],影视广告[理解],平面广告[理解],户外广告[理解]。

## 第四章 社会化媒介

社会化媒体的基本概念和内涵[理解],社会化媒体的分类[理解],数字时代消费者的生活方式[理解],数字原住民与数字移民[理解],创新扩散理论[掌握],二八定律与长尾理论[掌握],批判性看待社会化媒体[了解],社会化媒体与大众文化、亚文化[ △ ],网红经济及其运作模式[了解],粉丝经济与网络水军[了解],社会化媒体的盈利模式与运营逻辑[理解]。

### 2、支撑毕业能力项的教学内容

[6] 工程与社会: 大众媒介与传播,批判性看待社会化媒体,社会化媒体与大众文化、亚文化,内容产品与文化产业,广告的概念和特征,营销观念的发展。

[12] 终身学习: 媒介和媒介素养的基本概念、学习方法、研究方法,数字原住民与数字移民,传播效果理论,传媒体制。

## 四、教学环节安排与要求

本课程以课内教学为主,通过教师讲授和学生讨论相结合的方式完成。鼓励学生参与到翻转课程活动中来,学生可根据专业背景、兴趣爱好进行关于媒介主题相关的10分钟以内的演讲,以拓展学生视野和课程参与积极性,并酌情予以考核成绩上的加分。

课程鼓励学生关注媒介现象、媒介事件、媒介问题,并通过深刻的洞察和所学知识将其完整地表达出来,能够对媒介现象、媒介事件、媒介问题展开初步的分析,建议通过案例枚举的方式解释有关媒介知识和基本理论。

## 五、教授方法与学习方法

### 教授方法:

结合课程特点和学生构成,本课程教授方法主要包括教师讲授、师生研讨、案例教学等多种教学方法。具体表现在,对媒介、传播、内容产品、新闻、广告、营销等知识的介绍上主要采用教师教授的方式来完成,对媒介现象、媒介事件、媒介问题形成的案例分析采用师

生研讨、案例教学两种方式相结合的方式来完成。与此同时，课程致力于培养学生的媒介素养，并形成知识更新系统，在不断变化的媒介生态环境中形成知识自新，影响身边的人关注媒介素养，提升媒介素养。

#### 学习方法：

要求学生课上认真与任课教师进行互动，完成媒介、传播、新闻、广告、营销等基础知识的学习；建议学生课下到图书馆借阅媒介相关书籍并进行阅读，关注媒介相关的微信公众号，关注日常生活中的媒介现象、媒介事件和媒介问题，积累相关案例，进行独立思考，及时与任课教师、同学进行沟通和研讨。

## 六、学时分配

表 1 各章节学时分配表

章节	主要内容	学时分配					合计
		讲授	习题	实验	讨论	其它	
1	大众媒介与传播	6			2		8
2	媒介的内容产品	4			2		6
3	广告与营销传播	6			2		8
4	社会化媒介	4			2		6
5	随堂测试和机动	2				2	4
合计		22			8	2	32

## 七、考核与成绩评定

课程采用平时成绩+期末开卷考试的方式进行考核，具体考核内容和成绩评定标准参见表 2。

表 2 考核方式及成绩评定分布表

考核方式	比例 (%)	主要考核内容
课堂参与	10	到课情况、课堂互动情况
课堂作业	10	1-2 次课堂作业的完成情况
期末	80	期末开卷考试，主要考查学生对媒介现象、媒介事件、媒介问题的分析能力，特别是理论联系实际的能力和独立思考的能力。

制定者：李晨宇

批准者：李升

2021 年 6 月

# “影视与社会”课程教学大纲

英文名称: Film & Video and Society

课程编号: 0006501

课程性质: 通识教育选修课

学分: 2.0

学时: 32

课程类别: 工程经济与项目管理 美育修养与艺术鉴赏(美育课程) 其它  
科学探索与创新 道德修养与身心健康 沟通表达与全球视野

面向对象: 全校非社会学、社会工作类本科生

先修课程: 无

教材:

[1]《社会学概论》编写组.社会学概论(第二版)—马克思主义理论研究和建设工程重点教材.人民出版社,2021年2月

## 一、课程简介

艺术源于现实却高于现实,一些扣人心弦电影或电视剧上映后在社会上能够立刻引起普遍的共鸣,甚至全社会都给予高度评价,其主要原因是这些剧情能够真实地展示现实生活,深刻地反映社会问题,让观众感觉似乎影视中呈现的那些事儿就发生在我们身边。其扣住了观众的心弦,打动了观众的心扉,当然也就博得了观众的认可及好评。本课程通过欣赏一些精选的电影、电视剧剧情,让学生学习掌握运用社会学的基本概念、基本知识来理解影视剧反映的社会问题,并通过运用社会学的视角分析剧情中的社会问题及其背后深层次的社会背景。通过这种寓教于乐的方式,借助影视认识社会,力求学生能够以社会学视角认识、分析现实的社会问题,培养学生发现问题、认识问题、分析问题的能力,尤其是培育学生宏观把握观察社会的能力。

## 二、课程地位与教学目标

**课程地位:** 通识教育选修

**教学目标:**

本课程属于通识教育选修课,通过欣赏一些精选的电影、电视剧剧情,让学生学习掌握运用社会学的基本概念、基本知识来理解影视剧反映的社会问题,并通过运用社会学的视角分析剧情中的社会问题及其背后深层次的社会背景。借助影视认识社会,力求学生能够以社会学视角认识、分析现实的社会问题,培养学生发现问题、认识和分析问题的能力。着重培养学生的人文素养、社会认知能力、思维方法、批判精神。通过学习,具备如下毕业要求的能力:[1] 思想政治与德育(课程思政),教育学生树立社会主义核心价值观及正确的世界观、人生观,爱国敬业,具有良好的道德修养和社会责任感;注重人文素养,树立法制观念和公民意识,遵纪守法崇尚劳动,养成劳动的良好习惯。[9] 职业规范,具有人文社会科学素养、社会责任感,能够在工程实践中理解并遵守工程职业道德和规范,履行责任。并具备一定的国际视野。[13]终身学习,培育学生具有自主学习和终身学习的意识,有不断学习和适应发展的能力。

### 三、课程教学内容及要求

#### 1、课程内容及要求

第一章 社会化。要求学生掌握社会化概念和基本内涵；理解社会化的功能及其理论；了解社会化的类型及其在社会发展进程中的作用。结合影视内容，让学生具备运用社会化概念和视角分析角色及其现实社会发展问题，树立社会主义核心价值观及正确的世界观、人生观，具有社会责任感和历史使命感。

第二章 社会角色。社会角色是社会学的重要概念，每个社会成员和社会组织等在社会中扮演重要的社会角色。要求学生掌握社会角色的基本概念和基本内涵；理解社会角色在社会化及其社会发展中的重要作用和功能；了解社会角色的分类及其相关理论知识；[△]分析自己承担的社会角色。培养学生的人文素养、社会认知能力、思维方法、批判精神。教育学生树立社会主义核心价值观及正确的世界观、人生观，爱岗敬业，具有良好的道德修养和社会责任感，发挥好自己承担的社会角色。

第三章 社会组织。社会组织是重要的社会主体之一，要求学生掌握社会组织的概念和内涵；理解科层制及其官僚主义的相关内容；了解社会组织的分类及其演变发展的历史。[△]学习科层制和官僚主义的理论。通过学习影视内容，让学生具备从社会组织角度分析观察社会发展问题，同时培养学生具有观察理解问题的国际视野，教育学生树立社会主义核心价值观及正确的世界观、人生观，爱岗敬业，具有社会责任感。

第四章 社会分层与社会流动。社会分层和社会流动是社会学的核心内容，通过影视内容教授，让学生掌握社会分层和社会流动的基本概念、基本理论知识；理解社会分层及其社会流动在社会发展进程中的功能、作用机制；了解中国社会发展进程中的社会分层和社会流动。学习《当代中国社会阶层报告》的基本内容。培养学生通过社会分层和社会流动的视角分析社会发展变迁及其社会发展进程中出现的问题，培养学生具备观察社会发展的宏观把控的能力及其国际视野。

第五章 城市化。城市化是社会发展的趋势，要求学生掌握城市化的基本概念和理论；理解城市化在社会发展的作用，以及城市化的路径；了解中国及国外城市化的基本历程及趋势。培养学生通过城市化观察理解中外在城市化进程中社会发展的趋势，以及在城市化进程中出现问题的能力，培养学生宏观把握和认识问题的能力。培养学生的人文素养、社会认知能力、思维方法、批判精神。

第六章 社会问题。社会问题是社会学研究的重要内容。要求学生掌握社会问题的概念、分类及其相关的理论体系；理解社会问题产生的根源及其对社会变迁的作用；了解中外在社会发展进程中出现的主要社会问题。[△]查阅关于应对气候变化问题的相关知识。培育学生发现、感知、分析社会问题的能力，培养学生针对社会问题独立思考并提出自己独立见解的能力。

第七章 安全发展问题。安全发展问题是进入新世纪全球化趋势下面对的新问题。要求学生掌握安全发展问题的内涵及其分类；理解安全发展问题的时代背景和趋势；了解部分发达国家和发展中国家面对的安全发展问题。[△]查阅关于生物安全的相关知识。培养学生从安全发展角度观察和分析社会发展问题，培养学生具有从国际视野思考和理解安全发展问题，

树立社会主义核心价值观及正确的世界观、人生观，爱国守法，具有社会责任感和历史使命感。

第八章 社会结构。社会结构是社会学的核心概念和内容。要求学生掌握社会结构的概念和基本内涵；理解社会结构在社会发展进程中的重要作用和功能，以及[△]社会结构理论体系；了解中外社会发展进程中社会结构变迁历程及趋势。培养学生从社会结构的角度观察理解社会发展努力，学生具备从社会结构变迁的视野思考发展问题，树立社会主义核心价值观及正确的世界观、人生观，爱国敬业、牢固树立文化自信，具有社会责任感和历史使命感。

## 2、支撑毕业能力项的教学内容

[1] 思想政治与德育（课程思政）：通过社会化、社会角色、社会分层与社会流动、社会结构等教学内容，支撑思想政治与德育（课程思政）毕业能力，达到如下目标：树立社会主义核心价值观及正确的世界观、人生观，爱国敬业，具有良好的道德修养和社会责任感；注重人文素养，树立法制观念和公民意识，遵纪守法；掌握一定的劳动技能，崇尚劳动，养成劳动的良好习惯。

[9] 职业规范：通过社会化、社会角色、社会问题、安全发展问题、社会结构等内容的讲解，支撑职业规范毕业能力达到如下目标具有人文社会科学素养、社会责任感，能够在工程实践中理解并遵守工程职业道德和规范，履行责任。

[13] 终身学习：通过欣赏影视内容，培养学生观察分析思考问题的社会学视角，以及自觉随时随地学习思考的习惯和能力、终身学习的能力。支撑学生终身学习的能力，达到如下目标：具有自主学习和终身学习的意识，有不断学习和适应发展的能力。

## 四、教学环节安排及要求

教学环节主要包括课堂讲授、作业、考试等。

课堂讲授主要通过教师与学生之间教与学双向交流的途径，采取多媒体等手段和启发式、讨论式等方法进行；

作业的布置主要为了加强学生对所学知识的理解，并培养学生运用所学知识对现实问题的分析能力与解决能力。

## 五、教授方法与学习方法

### 教授方法：

讲授、研讨、同伴教学、案例教学等多种教学方法与模式。

### 学习方法：

通过欣赏影视内容，寓教于乐，培养学生独特的社会学视角，建议学生突破以往从文学、娱乐角度欣赏影视内容的局限，用社会学视角理解、思考影视内容，并将此方法与现实社会发展联系起来以理解和认识思考社会发展问题。

基于此，学生的主要学习方法有信息文献检索、小组讨论、个体表达和演讲的方法，以激发学习动机，帮助学生学会主动学习、深入探究、独立思考。

## 六、学时分配

表 1 各章节学时分配表

章节	主要内容	学 时 分 配					合计
		讲授	习题	实验	讨论	其它	
一	社会化	2			1	1	4
二	社会角色	2			1	1	4
三	社会组织	2			1	1	4
四	社会分层与社会流动	2			1	1	4
五	城市化	2			1	1	4
六	社会问题	2			1	1	4
七	安全发展问题	2			1	1	4
八	社会结构	2			1	1	4
合计	八章	16			8	8	32

## 七、考核与成绩评定

考核以平时作业和随堂练习为主，辅之以课程报告，综合评定为100分。考试内容减少死记硬背的部分，注重考察学生用所学知识观察、分析和理解及解决实际问题的能力，并达到相应的毕业要求。

表 2 考核方式及成绩评定分布表

考核方式	比例 (%)	主要考核内容
作业	30	考察基本概念、内涵以及基本理论知识，并学会结合实际简要分析的能力。
随堂练习	40	随堂课程内容基本知识、独立思考的观点、小组讨论参与能力。
实验	0	-
测验	0	-
期末	30	课程报告形式，考察学生用社会学知识分析观察社会发展的综合运用能力。

制定者：宋国恺

批准者：邢宇宙

2022年3月

# “民俗文化鉴赏”课程教学大纲

英文名称: Appreciation of Folk Culture

课程编号: 0008679

课程性质: 通识教育

学分: 2

学时: 32

课程类别: 工程经济与项目管理 文化自信与艺术鉴赏 科学探索与创新  
道德修养与身心健康 沟通表达与全球视野

面向对象: 本科

先修课程: 无

参考书:

钟敬文. 民俗学概论. 上海文艺出版社, 2008年2月版

陶立璠. 民俗学. 北京: 学苑出版社, 2003年版

高丙中. 中国民俗概论. 北京大学出版社, 2009年10月版

## 一、课程简介

民俗文化鉴赏是文法学院为各专业本科生开设的“文化自信与艺术鉴赏”课程类型。本课程主要介绍中国民俗文化中的饮食民俗、服饰民俗、居住民俗、人生仪礼民俗、岁时节日民俗、民间工艺、民间文学等,并结合课外实践,展开民俗专题探讨。目的是使学生掌握民俗文化的相关知识,通过扩大知识面和深入探讨,使学生在思想素质和知识能力上得到提高。并且通过了解中国民俗文化的丰富多样,理解各种民俗中蕴含的中国文化特质,培养学生对中国民俗文化的热爱,增强民族自信心和自豪感。

## 二、课程地位与教学目标

**课程地位:** 为学校各专业开设的通识教育选修课程,培养学生综合素质与公民责任感,增强学生的文化自信和艺术鉴赏能力具有重要作用。

**教学目标:** 通过本课程的学习和探讨,使学生了解中国民俗文化的丰富多样,掌握民俗文化的相关知识,理解各种民俗中蕴含的中国文化的特质。培养学生民族情感、文化认同、人文情怀、审美情趣,学会从不同维度理解人生与社会,建立文化自信,提升思想境界,提高艺术品味。

支撑的毕业能力项[9]、[10]、[12],具体说明如下:

[9] 个人和团队: 以小组为单位开展民俗文化调研,并完成调研报告。让学生在多学科背景下的团队中承担个体、团队成员以及负责人的角色。

[10] 沟通: 通过调研以及成果汇报,学生能够在跨文化背景下进行沟通和交流。

[12] 终身学习: 通过民俗文化鉴赏及探索,使学生具有自主学习和终身学习的意识,有不断学习和适应发展的能力。

## 三、课程教学内容及要求

### 1、课程内容及要求

## (1) 民俗概述

民俗概念[理解]

民俗分类[掌握]

民俗特征[掌握]

## (2) 物质生活民俗

服饰民俗：汉族及少数民族的服饰，民俗服饰特征[了解]

居住民俗：传统民居类型及特点，传统民居的类型及其各自的特点，因地制宜与自然和谐共处。以四合院为例理解中国居住文化；以故宫为例理解建筑与风水。[理解]

饮食民俗：各民族的饮食习惯特征。[了解]

重点难点：服饰、民居以及饮食中的中国文化因素。

## (3) 人生仪礼

诞生、成年、婚姻、丧葬等人生礼仪习俗。[了解]

人生礼仪节日中文化内涵 [理解]

重点：家族的繁衍与对子嗣的重视；成年礼中家庭与社会责任感；结婚蕴含的对幸福家庭的祝愿；丧礼中对“孝”的强调。

## (4) 传统节日

节日习俗 [了解]

节日中蕴含的文化 [理解]

重点：节日习俗中蕴含的民众文化心理

## (5) 民间信仰

民间信仰的种类及特点[了解]

民间信仰中民众的文化心理[理解]

难点：理解中国民众的实用观

## (6) 民间文学

神话、传说、民间故事鉴赏[了解]

## (7) 民间艺术

民间艺术概述[了解]

民间工艺美术、民间音乐、民间舞蹈鉴赏 [理解]

## (8) 课外实践

民俗文化调研

调研成果汇报

## 2、支撑毕业能力项的教学内容

[9] 个人和团队：民俗文化调研。

[10] 沟通：课堂讨论、课外民俗文化调研及成果汇报

[12]终身学习：民俗相关知识学习，民俗文化的鉴赏以及深入探讨

## 四、教学环节安排及要求

章节	主要内容	学时分配	合
----	------	------	---

		讲 授	习 题	实 验	讨 论	其 它	计
第一章	绪论	2			2		4
第二章	物质生活民俗	2			2		4
第三章	岁时节日民俗	2			2		4
第四章	人生礼仪民俗	2			2		4
第五章	民俗信仰与禁忌	2			2		4
第六章	民间文学	2			2		4
第七章	民间艺术	2			2		4
	调研结果汇报演示				4		4
合计							32

## 五、教授方法与学习方法

**1. 教授方法：**结合课程内容的教学要求以及学生认知活动的特点，采取的方法如下：

- (1) 课程讲授：教师结合中国民俗文化主要内容进行讲授；并结合案例和视频教学提高学生的学习兴趣以及鉴赏能力。
- (2) 专题研讨：根据教学进度，设置民俗文化专题，激发学生参与热情；
- (3) 采用线上线下相结合的教学方式。

**2、学习方法：**

- (1) 课堂学习：课上学习认真，积极参与讨论，回到问题。
- (2) 自主学习：学生会运用学校图书馆以及网络资源。
- (3) 小组讨论：开展小组学习和讨论，分享观点和学习收获；

## 六、考核与成绩评定

表 2 考核方式及成绩评定分布表

考核方式	比例(%)	主要考核内容
到堂情况	20%	不得无故缺席，上课积极参与讨论，回答问题。
作业	30%	每次课毕，教师均会根据所讲内容以及需要延伸的内容，提出具体要求，布置相关作业。
期末	50%	完成课程报告。要求：观点鲜明，有一定的新颖度，语言表达流畅，字迹工整。

制定者：鲍叶静

批准者：李升

2021年7月

# “消费心理与消费文化”课程教学大纲

英文名称：Consumer Psychology and Consumer Culture

课程编号：0010826

课程性质：通识教育选修课

学分：2.0

学时：32

课程类别：工程经济与项目管理 文化自信与艺术鉴赏 科学探索与创新发展  
道德修养与身心健康 沟通表达与全球视野

面向对象：全校 1-3 年级本科生

先修课程：无

教材：

- [1] 希夫曼等著，江林等译.《消费者行为学（第 13 版）》. 中国人民大学出版社，2018 年 4 月.
- [2] 温迪·维登霍夫特·墨菲著，《消费文化与社会》. 知识产权出版社，2021 年 11 月.

## 一、课程简介

《消费心理与消费文化》是一门多学科交叉，面向全校本科生的通识教育选修课程。旨在拓展和加深学生对当代消费社会、文化与心理的理解，提高学生人文素养，拓展知识结构。课程理论知识涉及社会学、心理学、市场营销学等不同学科，从社会结构、文化模式及心理规律三个理论视角切入，通过理论讲授与案例结合的方式，使学生了解和掌握与消费相关的基础知识，引导学生对当前社会生活中的种种市场营销和消费现象进行解读，尤其是社会变迁的当下中国本土的消费现象。训练学生理论联系实际的能力，培养发现问题、分析问题、解决问题的能力，启迪学生树立正确的文化价值观和健康的消费观，提升人文综合素养。

## 二、课程地位与教学目标

### 1. 课程地位：

青年群体不仅是推动我国社会发展的新生代力量，也是我国消费市场的新生代人群和主力军。在科技飞速发展和多种媒介终端的助力下，青年人群的消费呈现出多元形态，他们身处在消费文化的包围之中，是消费文化的接受者同时也是生产者。因此，对于当前的消费现象和消费文化，他们更需要透过现象看本质的洞察力和多元理论视角。本课程旨在通过理论讲授和案例教学，帮助学生理论结合实际，对当前消费热点和消费现象进行分析，拓展学生的理论视野，提升问题分析能力和创新思维能力，引导教育学生正确认识消费的目的、功能，提升媒介素养，建立正确消费观，并加强大学生群体的个体价值感、文化自信和社会责任感。

### 2. 教学目标：

支撑的毕业能力项[8]、[9]，具体说明如下：

[8] 职业规范：具有人文社会科学素养、社会责任感，能够在工程实践中理解并遵守工程职业道德和规范，履行责任。

[9]个人和团队：理论联系实际，具有良好的沟通、协调、组织和管理能力，团队合作精神，以及创新创业的意识和能力。

### 三、课程教学内容及要求

#### 1、课程内容及要求

##### (1) 第一讲：概论

介绍消费社会的时代背景[理解]，为什么要研究消费[理解]，讲解消费的概念[理解]，消费研究的不同学科视角、消费者研究框架[了解]，消费过程各阶段发生的一些问题[掌握]，“生活者”的研究视角[了解]。

重点：消费过程各阶段发生的一些问题

难点：“生活者”的研究视角

##### (2) 第二讲：消费者动机和知觉

讲解动机的定义[理解]，动机的本质与内涵[理解]，动机的作用[理解]和影响动机的因素[掌握]。介绍知觉的过程[掌握]，讲解展露和影响展露的因素[理解]，注意和影响注意的因素[理解]，知觉的分类和基本特征[掌握]。

重点：影响动机的因素、知觉的分类和基本特征

难点：展露和注意的区别

##### (3) 第三讲：消费者学习和态度

讲解学习的概念[理解]，介绍行为主义学习理论（经典条件反射；工具性条件反射）[掌握]，认知学习理论、观察学习理论[理解]。讲解态度的定义[理解]，三成分态度模型[理解]，精细加工可能性模型[掌握]、认知失调理论[掌握]。

重点：行为主义学习理论、精细加工可能性模型、认知失调理论

难点：认知学习理论

##### (4) 第四讲：消费者购买决策

消费者购买决策程序[理解]，四种消费者购买决策类型[掌握]，低涉入决策的一些相关机制[理解]，低度涉入决策的营销策略[理解]。

重点：四种消费者购买决策类型

难点：四种消费者购买决策类型

##### (5) 第五讲：消费文化理论

介绍消费社会的由来[理解]，讲授消费文化的理论[理解]，通过案例讲解关于时尚消费、炫耀消费背后的社会文化成因[理解]。

重点：马克思主义对消费的理论、符号学的研究视角

难点：消费文化理论的不同观点和代表人物

##### (6) 第六讲：消费与阶层

介绍消费边界与阶层区隔[理解]、目标消费群体的阶层属性[理解]、产品定位[理解]、市场细分与阶层边界的关系[理解] 如何解读奢侈品所张显的社会等级符号？[理解]探讨奢侈品消费的“盛宴”为什么发生在当下的中国社会？还将持续多久？新奢侈品经济的兴起与中国中产阶级的地位恐慌、中国本土奢侈品牌的艰难历程[理解]。

重点：消费边界与阶层区隔

难点：奢侈品消费与中国社会

##### (7) 第七讲：自我认同与消费认同

社会角色与过渡仪式；自我理论、认同理论与符号理论[掌握]；品牌的自我意象[理解]；品牌符号意义的编码与传播[理解]。以《名牌》杂志为案例，讨论全球奢侈品是如何培育中国新富阶层的品牌偏好与生活风格？[了解]

(8) 第八讲：

学生调研 ppt 汇报与课程总结、答疑[△]。

## 2、支撑毕业能力项的教学内容

[8]职业规范：培养学生运用消费心理学与消费社会学中的理论知识发现、分析、解决目前现实社会中的问题，提升学生人文素养，拓展知识结构，强化学生社会责任感，提升综合素养。

[9]个人和团队：指导学生运用理论解决实际问题，通过小组学习、讨论、调研、汇报，培养团队合作精神和良好的沟通、协调、组织和管理能力。

## 四、教学环节安排及要求

### 1、课堂讲授

课堂教学首先要使学生掌握课程教学内容中规定的一些基本概念、基本理论和基本方法，通过讲授使学生能够对这些基本概念和理论有更深入的理解，使之有能力将它们应用到一些问题的求解中。本课程中以课堂讲授为主，使用多媒体课件，占 27 学时，配合视频资料播放作为例证说明，占 1 学时。适当引导学生阅读课外书籍和资料，培养自学能力。

### 2、小组合作

小组合作需要在掌握基本原理的基础上，在总体结构的指导下进行，共占 4 学时。在开学初期将学生按照每组 7-8 人的形式进行分组，共分成 18 个小组。针对教师指定的六个选题进行讨论后，根据小组成员的兴趣和实际情况确定、细化一个选题，对当前的一个消费现象或消费行为进行分析和调研。每组汇报时间 10 分钟，在最后一周课程中按顺序进行。通过小组合作调研实践的方式，强化学生课上所学理论和研究方法，并有效培养学生的资料获取能力、问题分析能力、团队合作能力和口语表达能力。

验收方式 1：PPT 展示（制作报告、演示内容）。

验收方式 2：现场听取汇报（每组报告 10 分钟）。通过小组成员之间的合作以及表达能力的体现给予不同的分数评定。

现场验收小组的汇报成果，进行讨论，并给出现场评定。评定级别分优秀、良好、合格、不合格，最后根据具体情况按照满分 100 分评定。

评分建议：

总分为 100 分；现场按照选题价值和创新性、资料整合能力、调研实践能力、问题分析能力、展示汇报能力 5 项进行评价，记录完成的质量（A-优秀、B-良好、C-合格、D-不合格），小组内部将由组长给出各成员的贡献率，教师根据自己和学生的评分给出各组的综合评分，并根据表现给出每个学生的得分。

## 五、教授方法与学习方法

### 1、教授方法：

(4) 课堂讲授

本课程以课堂讲授为主，讲授内容主要以社会学、心理学和市场营销学中的相关理论为主线，结合现实生活中的消费现象进行讲解和说明，提高课堂的趣味性和实用性，使学生充分利用课堂时间对所学知识进行吸收和内化。引导学生在掌握了基本理论和分析方法后，对当前消费现象作出客观、深刻的洞察和思考，提升其人文素养、思维能力和批判精神。

#### (5) 案例教学

案例教学法可将理论知识和现实实践有效结合，加深学生对理论的理解和掌握，并将理论运用到对实际问题的分析和解决中，提升学生发现问题、分析问题和解决问题的能力。在对理论讲授的基础上，课程中运用案例教学法对现实中的消费现象进行分析、讨论，调动学生的学习兴趣，深化学生对理论的理解，启发学生对现实问题进行关注和思考，提升学生对消费现象和消费文化的洞察能力和分析能力，拓展多元文化视野，培养人文情怀。

#### (6) 翻转课堂

学生在课上展示小组调研结果和思考，让学生在实践活动中深化专业知识、将所学理论知识分析、发现、解决实际问题，真正做到学以致用，知行合一。

### 2、学习方法：

养成探索的习惯，特别重视对基本理论的钻研，在理论指导下进行实践；注意从实际问题入手，归纳和提取基本特性。明确学习各阶段的重点任务，做到课前阅读，课中认真听课，积极思考，课后认真复习，不放过疑点，充分利用教师资源和同学资源。大量选取课外读物和参考书的相关内容，从理论联系实践的角度，深入理解概念，掌握社会学和营销学中的基本理论和分析方法，并对当前的消费现象重新审视，做出合理客观的分析和解读，在小组作业中与同组成员进行充分协作、交流和讨论，形成对研究议题的深入分析和思考。

## 六、学时分配

表 1 各章节学时分配表

章节	主要内容	学时分配					合计
		讲授	习题	实验	讨论	其它	
1	概论	3			1		
2	消费者动机和知觉	4					
3	消费者学习和态度	4					
4	消费者购买决策	4					
5	消费文化理论	4					
6	消费与阶层	4					
7	自我认同与消费认同	4					
8	学生调研汇报与课程总结、答疑					4	
合计		27			1	4	32

## 七、考核与成绩评定

平时成绩（考勤、课堂表现）占 10%、期中成绩（小组作业）占 60%、期末成绩（个人作业）占 30%。平时成绩中的出勤和课堂表现反映了学生的信息接受能力和自我约束能力，成绩评定的主要依据包括：课堂的出勤率、课堂的基本表现（含随堂练习等）。期中成绩是小组作业，主要是对学生进行知识的检验和表达能力的培养，体现为以小组为单位的研究分析能力，以及陈述表达能力；期末成绩以个人作业完成，考查学生对所学理论和研究方法的理解和掌握程度，以及运用所学知识分析解决具体问题的能力。

表 2 考核方式及成绩评定分布表

考核方式	比例 (%)	主要考核内容
考勤成绩	10%	学生的出勤和课堂表现。
期中小组作业	60%	学生的理论掌握能力、问题发现能力、资料获取能力、团队合作能力、口语表达能力。
期末个人作业	30%	学生的问题解决能力和独立思考能力。

制定者（签名）：陈柏霖

批准者（签名）：李升

2021 年 11 月