



湖南工程职业技术学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF ENGINEERING

物流营销与客户关系

《课程标准》

课程名称:	物流营销与客户关系
课程代码:	07340411
适用专业:	现代物流管理
学时数:	60
学分数:	4
开设时间:	第 2 学期
编制人:	湖南工程职业技术学院 胡利利 副教授 湖南工程职业技术学院 唐艳红 副教授 湖南中广大件工程物流有限公司 李壮壮 市场部经理
审核人:	王阳军

2023 年 8 月

目 录

CONTENTS

一、课程性质与任务	1
二、课程目标与要求	1
(一) 素质目标	1
(二) 知识目标	1
(三) 能力目标	2
三、课程设计思路	2
(一) 教学内容项目化	2
(二) 项目内容任务化	3
(三) 任务考核过程化	3
四、课程结构与内容	3
(一) 课程结构	3
(二) 课程内容	3
五、课程实施与保障	8
(一) 教学实施	8
(二) 教学保障	9
六、教学考核与评价	10
(一) 学生考核与评价	10
(二) 教师教学评价	12
七、教学进程与安排安排	12
八、课程团队	13



一、课程性质与任务

《物流营销与客户关系》是现代物流管理专业的专业核心课程，本课程对接物流销售员岗位，对接《物流服务师》职业资格证书和《货运代理赛项》（世界技能大赛、国家职业技能大赛）。前导课程是智慧物流与供应链基础、管理学基础，后续课程为国际货运代理、智慧运输运营等。课程实施形态为理实一体化课程，采取形成性考核和终结性考核相结合的考核方式。能培养学生从事物流及相关企业营销的核心技能，为将来的职业发展打下良好的基础。

本课程的主要任务是：

1.重点讲解物流市场环境分析方法、物流市场调研的方式和流程、物流目标市场选择的方法、物流服务项目开发与设计的流程、物流营销策略制定的方法。

2.将社会主义核心价值观作为本门课程四政育人的主线，从个人层面、社会层面、国家层面，培养学生强烈的爱国意识和良好的职业素养，包括爱国敬业、诚信友善、平等和谐等，认真干好物流营销工作，支持本土的物流企业实现大发展。

3.通过学习，使学生树立现代物流服务营销和客户服务的理念，能对特定物流企业所处的服务环境和客户的需求能够正确分析、能进行物流服务项目的开发与设计、具备物流服务渠道的设计管理技能、有效组合人员推销促销手段、能有效地管理客户信息、处理客户投诉、提供最优物流客户服务。

二、课程目标与要求

通过本门课程的教学，要求达到以下三维目标：

（一）素质目标

- 1.具备爱国敬业、具有积极主动、吃苦耐劳的工作精神；
- 2.树立诚实守信、契约管理的职业道德；
- 3.具有以客户为中心的服务意识、创新意识、环保意识、责任意识、成本意识；
- 4.具有待人友善、与人和谐共处的素养。



（二）知识目标

- 1.掌握物流市场环境分析的理论与方法；
- 2.熟悉物流市场调研的方法与流程；
- 3.掌握物流目标客户开发的途径；
- 4.了解物流服务项目的类型和特点；
- 5.掌握物流营销策略制定的方法；
- 6.熟悉物流客户关系管理的方法。

（三）能力目标

- 1.能进行营销计划的制定、实施与完成，并确认各项计划实施进度及效果；
- 2.能进行物流新客户的开发和老客户的维护管理；
- 3.能进行营销业务数据的总结与分析；
- 4.能进行物流服务项目的开发与设计；
- 5.能制定物流方案、报价、合同，并完成客户需求预测；
- 6.能有效组合人员推销、广告、营业推广、公共关系等促销手段，制定并实施营销策略；
- 7.能有效地管理客户信息、提供优质物流客户服务；
- 8.能进行良好的异议处理的语言表达、沟通和协调。

三、课程设计思路

根据国家专业教学标准、“货运代理赛项”（四个级别）、物流服务师的要求，逐步探索“岗课赛证”的融通，培养高素质复合型技术技能人才。

（一）教学内容项目化

根据课程定位及岗位工作内容设定课程学习内容，将积累学习过程中各环节的内容进行项目化设计，涵盖岗位层次所要求职业能力中的专业能力、社会能力和方法能力，基于“物流企业营销业务流程”确定教学项目，循序渐进，使学生掌握流营销的基础理论和重要技能，重构六大教学项目为：“物流营销市场分析、物流目标客户选择、物流服务项目设计、物流目标客户开发、物流营销策略制定、物流客户服务管理。

（二）项目内容任务化

以工作过程为导向序化教学内容，将教学内容对应职业能力及岗位要求，构建了 20 个工作任务，整理每个任务的教学内容、理论知识点和技能训练点，依据物流销售员岗位要求制定项目三维目标，实现专业教学目标。

（三）任务考核过程化

将物流销售员岗位要求、《物流服务师》职业技能标准和世界技能大赛“货运代理”赛项规程中的“客户开发、客户分类、异议处理”模块融入教学实施，并制订任务学习考核标准，将各项学习任务完成情况及考核成绩纳入期末总评，实现学习质量过程控制。

四、课程结构与内容

（一）课程结构

《物流营销与客户关系》课程对接物流销售员岗位群，模拟物流企业营销环境分析，从分析物流企业目标市场从而进行市场定位，进行物流服务项目的设计、价格设计、营销渠道选择和促销方案设计全过程。课程结构如图 1 所示：

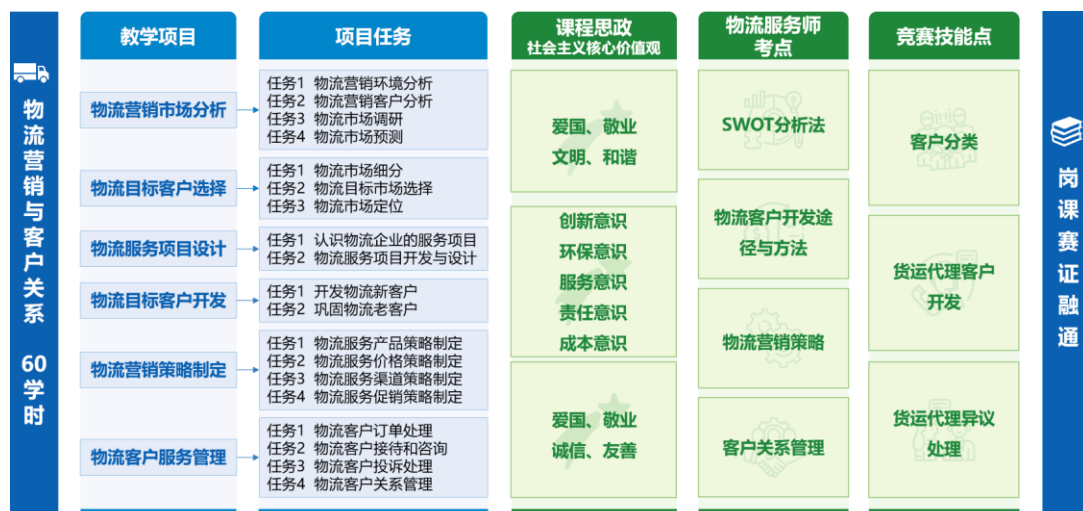


图 1 课程结构图

（二）课程内容

本课程采取项目化实施教学，基于营销业务流程构建了 23 个工作任务，总学时 60 学时，教学内容安排如表 1 和表 2 所示：



表1 《物流营销与客户关系》课程思政教学内容与实施表

教学项目	模块任务	思政映射与融入点	授课形式与教学方法	预期成效
项目一 物流营销市场分析	任务1: 物流营销环境分析 任务2: 物流营销客户分析 任务3: 物流市场调研 任务4: 物流市场预测	自由、平等、公正、法治: 打造更自由、平等、公正、法治的物流市场环境,应自由、公正、合法获得物流信息、平等对待信息主体; 爱国: 一不泄露涉及国家物流机密的信息, 为中国物流产业的大发展而自豪。	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 情景模拟 ▶ 案例分析 ▶ 启发式教学 	强化学生的爱国意识和担当, 有民族的荣誉感, 初步树立公平、公正、守法的意识。
项目二 物流目标客户选择	任务1: 物流市场细分 任务2: 物流目标市场选择 任务3: 物流市场定位	敬业: 工作认真, 熟练高效; 诚信、友善: 作过程中待人友善、数据可靠; 文明: 文明消费, 理性消费; 物流自由: 物流企业可以自由细分, 选择、定位目标市场。	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 启发式教学 ▶ 情景模拟 ▶ 启发式教学 ▶ 案例分析 	培养敬业、友善文明的职业态度。
项目三 物流服务项目设计	任务1: 认识物流企业的服务项目 任务2: 物流服务项目开发与设计	自由: 设计创意自由; 法治: 设计项目时尊重知识产权; 敬业: 设计物流项目工作认真, 熟练高效; 真诚: 不欺骗客户; 友善: 待客户服务项目友善, 网页界面友善; 文明、和谐: 服务项目和广告符合大众审美情趣, 注重环保生态。 通过小组研讨, 上企业官网搜寻中国著名的代表性物流企业顺丰、京东、宝供物流、中储、传化物流等公司的运作模式和服务项目分类及名称。	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 启发式教学 ▶ 案例分析 ▶ 讲授法 	培养真诚、友善的职业素养, 践行社会主义核心价值观; 培养学生自主探究式学习和终身学习能力。通过讲解不同物流企业的企业文化, 提升学生的服务意识、创新意识、环保意识、合作意识、成本意识, 提高人文素养。
项目四 物流目标客户开发	任务1: 开发物流新客户 任务2: 巩固物流老客户	自由: 自由开发客户; 平等: 平等待客; 法治: 合法获客户; 文明、友善: 文明、友善待客; 敬业: 工作认真, 熟练高效。	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 案例分析 ▶ 实操训练 ▶ 情景模拟 ▶ 小组PK 	强化自由、平等、法治、文明意识, 践行社会主义核心价值观; 养成能吃苦耐劳、经受挫折百折不挠的职业

教学项目	模块任务	思政映射与融入点	授课形式与教学方法	预期成效
		通过讲解分析《货代公司老王的销售故事》，在故事中让学生体会能吃苦耐劳、经受挫折百折不挠的职业精神，让学生感受到付出才会有收获，悟出做人及基本到了，诚实守信、真诚付出才会获得客户的信任；通过《合同为什么丢了》故事分析，让学生懂的细节决定成败。		精神。
项目五 物流营销策略制定	任务 1: 物流服务产品策略制定 任务 2: 物流服务价格策略制定 任务 3: 物流服务渠道策略制定 任务 4: 物流服务促销策略制定	自由: 自主制订实施营销策略; 平等: 靠营销智慧和策略在市场上平等竞争; 法治: 营销过程合法; 友善—友善待客。 通过 DHL、FEDEX、顺丰、德邦等物流企业的创意广告, 强化学生的服务意识、创新意识, 分组研讨现场设计广告词, 感受自主探究式学习的魅力。	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 案例分析 ▶ 实操训练 ▶ 情景模拟 	强化自由、平等、法治、文明意识, 践行社会主义核心价值观; 培养创新意识、提升学生创造性思维。
	任务 1: 物流客户订单处理 任务 2: 物流客户接待和咨询处理 任务 3: 物流客户投诉处理 任务 4: 物流客户关系管理	诚信: 在处理投诉和异议的时保持诚信原则; 友善: 在进行投诉处理沟通的时候能友善处理; 法治: 依据物流行业法律法规处理客户投诉与异议。 通过融入合作企业提供的投诉处理案例、货运代理赛项中的空运和海运异议处理赛题, 通过发送电子邮件、现场电话模拟, 将所学的异议处理礼仪和技巧进行实践		
项目六 物流客户服务管理			<ul style="list-style-type: none"> ▶ 案例分析 ▶ 实操训练 ▶ 情景模拟 	强化诚信、友善、法治意识, 践行社会核心价值观; 在实践中强化以客户为中心、严谨细致的工作作风, 践行商务礼仪中提到的沟通礼仪、电话礼仪、会面礼仪。

表2 《物流营销与客户关系》岗课赛证融通”内容结构表

课程内容		教学目标			竞赛点技能	1+X 证书考点	课时
项目名称	典型工作任务	知识目标	能力目标	素质目标			
项目一 物流营销市场分析	任务 1: 物流营销环境分析 任务 2: 物流营销客户分析 任务 3: 物流市场调研 任务 4: 物流市场预测	1. 了解物流营销环境的分析过程与方法 2. 掌握物流企业客户分析 3. 了解物流市场调研与预测的方法	1. 能对特定物流企业所处的服务环境和客户的需求能够正确分析; 2. 会设计调研问卷, 书写调研报告	1. 培养学生的营销意识 2. 养成吃苦耐劳的意识	技能 1: 客户分类	考点 1: SWOT 分析法	10
项目二 物流目标客户选择	任务 1: 物流市场细分 任务 2: 物流目标市场选择 任务 3: 物流市场定位	1. 了解国际铁路的运输路线; 2. 掌握国际铁路运输的流程; 3. 熟悉国际铁路运费计算方法; 4. 了解国际铁路运单。	1. 能进行国际铁路货运的询价与报价; 2. 能进行铁路货物运输的安排; 3. 能代理报关; 4. 能读懂国际铁路运单。 5. 具备较强的计划、沟通和协调能力。	1. 具有合作意识、成本意识、效率意识; 2. 养成认真负责的工作态度。	暂无	暂无	8
项目三 物流服务项目设计	任务 1: 认识物流企业的服务项目 任务 2: 物流服务项目开发与设计	1. 掌握航空运费核算与报价知识; 2. 了解航空运输操作流程; 3. 熟悉航空集装器知识; 4. 了解航空报关关流程和单证; 5. 掌握航空货运单的填制规范;	1. 会进行国际航空的询价与报价; 2. 能办理空运订舱 3. 可为客户安排货物装箱装板; 4. 可为客户合理安排空运报关手续; 5. 能识读及签发航空运单; 6. 具备较强的沟通和协调能力。	1. 培养爱国意识、成本意识、安全意识和效率意识; 2. 养成团队合作、耐心细致的工作作风、良好的心理素质。	暂无	暂无	8

课程内容		教学目标			竞赛点技能	1+X 证书考点	课时
项目名称	典型工作任务	知识目标	能力目标	素质目标			
项目四 物流目标客户开发	任务 1: 开发物流新客户 任务 2: 巩固物流老客户 任务 3: 工程物流企业客户开发	1. 掌握开发物流新客户程序、方法、技巧 2. 熟悉巩固物流老客户的方式和途径	1. 能讲出物流客户开发的方法和技巧 2. 能设计巩固老客户的方法	1. 具备良好的心理素质, 有一定的抗压抗挫精神; 2. 积极地与人沟通 3. 养成吃苦耐劳、坚韧不拔的营销心态。	技能点 2: 货运代理客户开发	考核点: 物流客户开发途径	10
项目五 物流营销策略制定	任务 1: 物流服务产品策略制定 任务 2: 物流服务价格策略制定 任务 3: 物流服务渠道策略制定 任务 4: 物流服务促销策略制定 任务 5: 工程物流企业营销策略制定	1. 掌握物流服务产品策略 2. 理解物流服务价格策略 3. 熟悉物流服务渠道策略 4. 掌握物流服务促销策略	1. 能有效组合人员推销、广告、营业推广、公共关系等促销手段; 2. 会设计促销方案	1. 培养学生的营销意识; 2. 培养诚实守信、脚踏实地的品质	暂无	物流营销策略	14
项目六 物流客户服务管理	任务 1: 物流客户订单处理 任务 2: 物流客户接待和咨询处理 任务 3: 物流客户投诉处理 任务 4: 物流客户关系管理 任务 5: 工程物流企业客户服务	1. 了解客户订单处理的步骤 2. 客户接待和咨询的注意事项 3. 掌握处理客户投诉的步骤 4. 熟悉物流客户关系管理知识	1. 能有效地管理客户信息 2. 懂得如何正确处理客户投诉 3. 有提供优质物流客户服务的理念	1. 形成客户服务意识。 2. 具备良好的心理素质, 有一定的抗压抗挫精神; 3. 能耐心地倾听, 善于与人沟通交流	技能点 3: 货运代理异议处理	客户关系管理	10
合计							60

五、课程实施与保障

（一）教学实施

1. 教学方法

（1）启发式教学法（教法）

针对“物流营销与客户关系”的教学内容、国家政策与法规、行业相关动态，通过提问与提示结合的形式，结合翻转课堂教学方式，不断引导与启发学生对理论知识、操作技能、职业素养的思考和探究。

（2）案例教学法（教法）

在教学过程中，增加了大量的实际案例，内容来源于国际货运代理行业工作的实际，突出专业特点，案例新颖、丰富，既有理论深度，又注意学生实际能力的培养，例如在“德邦物流的市场定位案例”的教学中，利用德邦物流的市场定位成功案例，分析市场定位要考虑的要素，市场定位的策略和方法，同时，提高学生的学习兴趣，激发学生深度思考和讨论的主动性和积极性，从而解决教学的重点和难点。

（3）任务驱动法（教法）

在教学过程中，以任务为主线、教师为引导、学生为主体，通过创设情境、确定任务，自主学习、效果评价的步骤进行。例如在“物流营销策略制定”的教学中，教师发布工作任务，针对客户需求，制定出经济合理的运输方案，选择合适的运输路线和船公司。将再现式教学转变为探究式学习，使学生处于积极的学习状态，每一位学生都能根据自己对当前问题的理解，运用共有的知识和自己特有的经验提出方案、解决问题。

（4）情景模拟法（教法）

在教学过程中，通过创设具体的情景对接真实的工作，学生进行情景模拟，把操作演示出来，开放了学习的环境，增加了学习的趣味性，再现了案例环境，例如在“客户投诉与异议处理”的教学中，教师准备好背景信息与资料，让学生扮演不同的场景、不同的角色来完成异议的处理过程，在情景模拟的教学中，学生体验完整的流程，更加的直观，增强体验感。

（5）自主探究法（学法）

在课前，通过预习关的任务布置，让学生利用网络资源自主探究的方式寻找答案，

提出解决问题的措施等，培养学生的学习习惯和自主探究能力。在课中，学生根据老师布置的任务，有计划、有目的、有步骤地进行研究与探索，得出相应的结论，完成课中的任务。在课后，完成教师布置的拓展关任务，对所学的知识 and 技能进行巩固和提升，拓宽学习的时间和空间。

（6）小组讨论法（学法）

在学习过程中，通过组成学习小组，合作学习，就某问题进行讨论，引导学生向同伴学习，互帮互助，以任务为导向，小组合作讨论并完成每一次任务，不仅有利于学生的讨论和分析，也能提高学生的团队合作意识。

2. 教学手段

充分利用线上教学资源、线下实训场地及设备开展混合式教学。

（1）采用多媒体教学技术。电子教案、电子课件强调以精美、形象的图文、视频结合，配合案例导入、分析，提高学生的学习兴趣。

（2）利用网络资源进行教学。开发建设智慧职教慕课，学生可以依据教学培养方案和教学大纲制定自主学习计划，通过点播视频及电子课件来巩固学习。

（3）采用“职教云”APP对课堂进行管理，实现翻转课堂，利用职教云软件在课堂随堂测试、对课程进行评价等，随时了解课堂的反馈。

（4）对学生实训情况进行视频、照片拍摄，将学生拍摄的情景扮演、学生操作视频、装箱方案等上传到资源库和慕课，供全网学习。

（二）教学保障

1. 师资保障

（1）课程负责人。有理想信念，思想品德好，积极上进，能成为学生的专业领路人和指导者；课程负责人具有讲师或以上职称，具备较全面的物流营销基础知识和实践经验，在物流企业销售部门挂职锻炼2个月以上，熟悉高职教育规律，在物流专业领域有一定影响，具有中级物流师或物流服务师资格的“双师”素质教师。

（2）课程团队结构与规模。教学团队由专、兼职教师组成，专任教师都具有研究生以上学历，具有物流职业技能资格证，具有扎实的物流营销的理论功底和一定的实践经验，熟悉物流行业相关的法律法规知识和企业工作流程，为双师型教师；兼职企业导师具有丰富的一线物流市场营销的工作经验，能在教学环节中充当企业导师。课程教学团队应具有较强的教学改革创新意识和横向课题科研能力，能将行业最新的规范和最新趋


势、新标准等运用于教学。

2. 教学资源

(1) 使用教材:

国家规划教材《物流营销(第三版)》，胡延华主编，出版社:高等教育出版社，出版时间：2020年2月。

(2) 信息化教学资源建设

经贸服务专业群资源库：

<https://qun.icve.com.cn/zyq/wovhaiwnirvdc7iowruwa/homecourse>

(3) 其它教学资源:

微课、视频、动画、课件、技能考核题库物流营销与客户关系管理模块（2023年版）。

3. 实训条件

支撑本课程教学的主要实训条件如下表3所示：

表3 实训基地一览表

类型	名称	实训场景	主要实训项目 (主要功能)	主要设备	工位数
校内实训基地	物流企业模拟经营实训室	模拟工位+操作软件	营销洽谈的模拟	电脑、模拟工位、办公桌	45
校外实训基地	湖南中广大件物流有限公司	企业现场	顶岗实习	电脑、电话、平台	35
校外实训基地	湖南顺丰速运有限公司	门店	物流营销实训	电脑、电话、平台	40
校外实训基地	京东物流有限公司长沙分公司	门店	物流营销实训	电脑、电话、平台	45

六、教学考核与评价

(一) 学生考核与评价

依托3个平台（智慧职教云平台、物流企业模拟经营沙盘系统、物流720VR全景平台），4种考核要素（态度、知识、能力、素养），4个评价主体（教师、学生、企业

导师、系统测评），3个环节（课前、课中、课后），设置增值评价考核标准，实现多角度全方位实施课程考核，如图2所示。

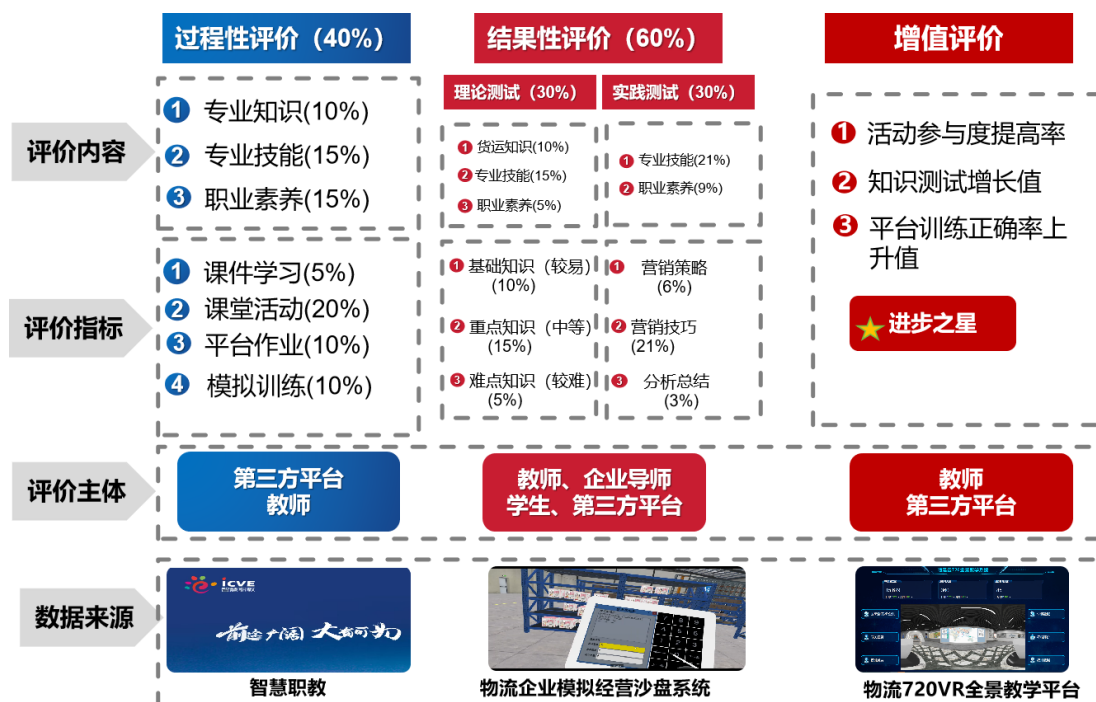


图2 课程评价图

《物流营销与客户关系》课程考核由学习过程考核、期末综合鉴定按一定比例组成。各类型考核的分值比例和标准如下表所示。

表4 《物流营销与客户关系》课程考核方式及分值比例一览表

考核方式	指标		分值
过程性考核评价 (40%)	课前学习 (2%)	学习进度	60
		评价	20
		问答	20
	课堂活动 (20%)	考勤	60
		参与	20
		课堂表现	10
		测验平均	10
	平台训练作业 (10%)	个人作业	50
		小组作业	50
模拟训练 (10%)	单项考试	50	
	综合考试	50	
结果性考核评价 期末考核 (60%)	理论内容 (30%)	选择题、判断题	50
	实操内容 (30%)	操作题	50

物流营销与客户关系的考核大致包括过程考核和终结性考核两种类型，分值分别占 40%和 60%，每类考核中都包括了理论知识的考核和实践能力的考核，基本能够实现对专业综合能力的鉴定，尤其是形成性考核分值的提高，大大提高了学生日常学习的积极性，有利于学生综合能力的培养。

根据学生学习和操作的进步情况，根据数据反馈的学习增量和技能得分增量情况，设置进步之星奖，每获得一次进步之星加 10 分，计入平时成绩总分。

（二）教师教学评价

学院督导评价、教师互评、学生评价、企业导师评价等多元主体进行评价，主要通过听课、教学资料检查、座谈会等方式进行。

七、教学进程与安排安排

表 5 《物流营销与客户关系》课程教学进程安排表

周/次	课时	授课内容摘要	教学类型
项目一 物流营销市场分析			
1/1	2	任务 1：物流营销环境分析	理论
1/2	2	任务 2：物流营销客户分析	理实 1:1
2/1 2/2	4	任务 3：物流市场调研	理实 1:1
3/1	2	任务 4：物流市场预测	理论
项目二 物流目标客户选择			
3/2	2	任务 1：物流市场细分	理论
4/1 4/2	2	任务 2：物流目标市场选择	理实 1:1
5/1 5/2	4	任务 3：物流市场定位	理实 1:1
项目三 物流服务项目设计			
6/1 6/2	4	任务 1：认识物流企业的服务项目	理实 1:1
7/1 7/2	4	任务 2：物流服务项目开发与设计	理实 1:1
项目四 物流目标客户开发			
8/1 8/2	4	任务 1：开发物流新客户	理论

周/次	课时	授课内容摘要	教学类型
9/1 9/2	4	任务 2: 巩固物流老客户	理实 1:1
10/1	2	任务 3: 工程物流企业客户开发	理实 1:1
项目五 物流营销策略制			
10/2	2	任务 1: 物流服务产品策略制定	理论
11/1	2	任务 2: 物流服务价格策略制定	理实 1:1
11/2	2	任务 3: 物流服务渠道策略制定	理论
12/1 12/2 13/1	4	任务 4: 物流服务促销策略制定	理实 1:1
13/2 14/1	4	任务 5: 工程物流企业营销策略制定	理实 1:1
项目六 物流客户服务管理			
14/2	2	任务 1: 物流客户订单处理	理实 1:1
15/1	2	任务 2: 物流客户接待和咨询处理	理实 1:1
15/2	2	任务 3: 物流客户投诉处理	理实 1:1
16/1	2	任务 4: 物流客户关系管理	理实 1:1
16/2	2	任务 5: 工程物流企业客户客户服务	理实 1:1

八、课程团队

表 7 《物流营销与客户关系》课程标准开发团队名单表

序号	姓名	工作单位	职务/职称
1	胡利利	湖南工程职业技术学院	专业带头人/副教授
2	唐艳红	湖南工程职业技术学院	骨干教师/副教授
3	王阳军	湖南工程职业技术学院	教研室主任/副教授
4	芦 娟	湖南工程职业技术学院	骨干教师/副教授
5	贾 瑜	湖南工程职业技术学院	思政骨干教师/副教授
6	李壮壮	湖南中广大件工程物流有限公司	市场部经理



湖南工程职业技术学院课程标准制定（修订）审批表

二级学院	现代经贸学院	专业组(教研室)	现代物流管理
课程名称	物流营销与 客户关系	适用专业	现代物流管理
课时	60	学分	4
编制人	胡利利	课程标准属制定、修订	<input type="checkbox"/> 制定 <input checked="" type="checkbox"/> 修订
参与修订人员	李壮壮(企业专家) 胡利利、唐艳红(专任教师)		
课程所属专业 组(教研室) 审核意见	同意 负责人(签名): 胡利利 2023年8月26日		
二级学院 审核意见	同意 负责人(签名): 李梅 2023年8月27日		
专家组 审核意见	同意 签名: 李梅 (教务处代章) 教务处 2023年8月27日		
学术委员会 审批意见	同意 主管校长(签字): 李梅 2023年8月28日		