



# 广州城建职业学院

## 课程单元教学设计

学 年 学 期 : 2025-2026 学年第二学期

课 程 名 称 : 国际会展实务

课 程 学 时 : 32 学时

授 课 专 业 : 国际经济与贸易专业

教 师 姓 名 : 何慧

所 属 教 研 室 : 国贸与跨境电商教研室

2026 年 1 月 编 制

## 课程单元教学设计（1）

一、教学基本情况			
教学单元	国际会展实务概述	课程名称	国际会展实务
授课班级	2025 国贸 1 班、2 班、3 班	授课学时	2 学时
授课地点	多媒体课室	授课形式	讲授法
参考教材	《会展实务》		
学 情 分 析	知识背景	1. 已完成《国际贸易学》课程学习，初步具备分析国际经济现象、理解贸易政策与市场机制的能力。 2. 学生已接触报关、国际结算、跨境电商平台操作等技能，部分学生参与过外贸业务模拟、国际商务谈判等实践活动。	
	认知结构	1. 学生关注国际会展业趋势（如元宇宙会展、碳中和目标），但对本土市场需求理解不足。 2. 学生对《国际商法》《国际结算》等跨学科课程兴趣浓厚，但在综合运用多学科知识解决问题时表现不足。	
	学习特点	1. 学生适应“线上资源自学+线下任务实操”的混合模式，且对小组协作任务参与度高。 2. 学生普遍将课程视为“连接专业与职业的桥梁”，对“会展项目经理”“涉外会展策划”等岗位兴趣浓厚。	
教 学 目 标	知识目标	掌握国际会展实务相关概念	
	能力目标	提高国际会展实务运用能力，能够进行国际会展实务相关操作	
	素质目标（含思政目标）	1. 了解国际会展实务职业标准、国际会展实务职业道德 2. 通过分析中国会展业崛起案例（如进博会、广交会），增强民族自豪感，树立“为民族复兴而奋斗”的职业使命感。	
教学重点	1. 明确国际会展的狭义（会议、展览）与广义（MICE：会议、奖励旅游、展览、节事活动）定义，结合国际权威机构（如UFI、ICCA）的分类标准。 2. 通过案例分析（如广交会、汉诺威工业博览会）掌握会展对产业链整合的推动作用。		
教学难点	对比欧美（如德国会展模式）与亚太（如中国、新加坡）会展业的发展差异，分析区域文化、政策对会展实务的影响。		
教学资源	1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读） 2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练） 3. TED 演讲《会展业的未来：从线下到元宇宙》		
二、教学策略			
教学模式	OBE（Outcome-Based Education）导向的混合式教学模式		

	以“学生中心、产出导向、持续改进”为核心理念，结合线上资源与线下实践，构建“理论-案例-实训-反思”四阶递进式学习闭环，强化学生对国际会展实务的认知与应用能力。		
教学方法	1. 案例教学法（Case Study）通过真实场景深化理论理解，培养分析问题能力。 2. 世界咖啡屋（World Café）讨论法。激发创新思维，促进跨小组知识共享。		
<b>三、教学实施过程</b>			
教学环节 1	认识国际会展	时长	1 学时
教学内容	引入案例 新一轮会展名城站悄然打响		
教师活动	对比分析：通过图片、视频展示 1957 年广交会首届展会（简陋展位、少量外资）与 2023 年进博会（高科技展台、全球企业云集）的对比，引导学生思考中国会展业崛起的背景与意义。		
学生活动	填写教师设计的预习任务单，包括： 填空题：中国会展业崛起的背景与意义。 选择题：以下属于会展直接收益的是（A. 展位费 B. 酒店消费 C. 交通收入）。		
资源使用	1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读） 2. TED 演讲《会展业的未来：从线下到元宇宙》		
设计意图	以“知识传授、能力培养、价值引领”三维目标为框架，在思政引领下落实五育并举理念，构建“知一行一悟”一体化教学体系。知识传授层面，通过国际会展发展史、全球会展业格局、国际会展组织运作机制等核心内容，系统梳理国际会展的“是什么”与“为什么”，夯实学生专业认知基础；价值引领层面，深度融入思政元素：通过“广交会 65 年变迁”案例，展现中国会展业从“引进来”到“走出去”的开放历程，厚植家国情怀。		
教学环节 2	会展的基本概念	时长	1 学时
教学内容	1. 国外观点（会议类、展览类、会议与展览类、MICE 类、事件类） 2. 国内对会展的定义： 2.1 会展的内涵： “集体性和平活动”说 “物质、文化交流活动”说 “群众性社会活动”说 “信息交流与商务活动”说 其他观点		
教师活动	会展概念 引入国际展览局（BIE）和国际协会联盟（UIA）的权威定义，结合广交会、博鳌亚洲论坛等典型案例，学生能够清晰区分狭义（会议+展览）与广义（MICE：会议、奖励旅游、展览、节事活动）的会展概念。		

学生活动	观看教师录制的 5-8 分钟微课视频（涵盖国际会展定义、分类、功能及全球发展趋势），记录关键知识点（如 MICE 分类、UFI 认证标准）。
资源使用	1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读） 2. TED 演讲《会展业的未来：从线下到元宇宙》
设计意图	在对比过程中掌握会展的相关定义。通过“理论讲授—案例研讨—模拟演练—反思总结”四阶递进，实现德育铸魂、智育启思、体育强基、美育润心、劳育践行的融合，培养兼具国际视野、专业素养与社会担当的新时代会展人才。
<b>四、教学反思</b>	
教学效果	通过“广交会 65 年变迁”等案例分析，学生能准确阐述中国会展业国际化进程及未来趋势，案例讨论参与率达 100%。
教学特色	1. 案例法有利于学生理解和认识，对比法可以鲜明指出会展的相关定义。 2. 将“人类命运共同体”理念融入国际会展合作案例（如“一带一路”国际展会联盟），通过对比中外会展业发展模式，引导学生理解中国方案的全球价值。
反思与诊改	典型事故分析有效触发学生国际视野意识，课后调查显示 92% 的学生认为“案例比理论更易理解”。

## 课程单元教学设计（2）

一、教学基本情况			
教学单元	国际会展的特点	课程名称	国际会展实务
授课班级	2025 国贸 1 班、2 班、3 班	授课学时	2 学时
授课地点	多媒体课室	授课形式	讲授法
参考教材	《会展实务》		
学情分析	知识背景	1. 已完成《国际贸易学》课程学习，初步具备分析国际经济现象、理解贸易政策与市场机制的能力。 2. 学生已接触报关、国际结算、跨境电商平台操作等技能，部分学生参与过外贸业务模拟、国际商务谈判等实践活动。	
	认知结构	1. 学生关注国际会展业趋势（如元宇宙会展、碳中和目标），但对本土市场需求理解不足。 2. 学生对《国际商法》《国际结算》等跨学科课程兴趣浓厚，但在综合运用多学科知识解决问题时表现不足。	
	学习特点	1. 学生适应“线上资源自学+线下任务实操”的混合模式，且对小组协作任务参与度高。 2. 学生普遍将课程视为“连接专业与职业的桥梁”，对“会展项目经理”“涉外会展策划”等岗位兴趣浓厚。	

教学目标	知识目标	1. 掌握国际会展的核心特征； 2. 理解国际会展的差异化要素；		
	能力目标	1. 能通过案例对比（如进博会 vs 广交会），识别国际会展与国内会展在目标市场、运营模式上的差异。 2. 能根据不同文化背景（如中东、欧美、亚洲）设计展位互动环节，避免文化冲突。		
	素质目标（含思政目标）	1. 了解国际会展实务职业标准、国际会展实务职业道德 2. 通过分析中国会展业崛起案例（如进博会、广交会），增强民族自豪感，树立“为民族复兴而奋斗”的职业使命感。		
教学重点	重点解析UFI（全球展览业协会）认证标准中“国际展商比例 $\geq 20\%$ ”的量化要求，以及专业化展会（如德国杜塞尔多夫医疗展）如何通过细分领域占据行业制高点。			
教学难点	学生易混淆“国际展”与“全球展”的概念（如新加坡食品展定位亚洲市场，虽吸引多国参展但非真正全球化），需通过数据对比（展商来源国数量、观众地域分布）强化理解。			
教学资源	1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读） 2. TED演讲《会展业的未来：从线下到元宇宙》			
<b>二、教学策略</b>				
教学模式	OBE（Outcome-Based Education）导向的混合式教学模式 以“学生中心、产出导向、持续改进”为核心理念，结合线上资源与线下实践，构建“理论-案例-实训-反思”四阶递进式学习闭环，强化学生对国际会展实务的认知与应用能力。			
教学方法	案例教学法（Case Study） 解析国际会展特征时，选用对比案例： 成功案例：德国汉诺威工业展（全球化+专业化+技术驱动）。 失败案例：某新兴市场展会因忽视文化差异导致展商退展率超30%。			
<b>三、教学实施过程</b>				
教学环节 1	会展的特点	时长	1 学时	
教学内容	会展场馆的作用： 1. 高效益性 2. 集聚性 3. 产业联动性 4. 导向性 5. 专业性 6. 交融性 小思考：（组织分组讨论） 1. 是什么原因导致广交会展期的不断变化？ 2. 广交会展期的改革，对各会展主体有何影响？			

教师活动	1. 播放汉诺威工业展案例视频，提问：“该展会如何通过展位设计体现全球化与专业化？” 2. 结合视频内容，讲解国际会展的三大核心特征（全球化、专业化、跨文化性），并延伸至衍生特征（技术驱动、政策依赖、风险复杂）。 3. 板书会展的特点。		
学生活动	1. 主动回答教师提问，结合预习内容指出汉诺威展的全球化特征（如展商来自 50+ 国家）与专业化特征（如单独设立“工业自动化”展区）。 2. 使用思维导图工具（如 XMind）梳理会展的特点。		
资源使用	1. 中国进出口交易会会展中心官网 2. UFI（全球展览业协会）官网：获取国际展会认证标准、行业报告。 3. 艾瑞咨询《中国会展行业研究报告》：分析国内展会国际化趋势。		
设计意图	以“引导-支持-评价”为主线，通过案例、角色扮演、项目驱动降低理论抽象性，引入企业导师增强行业真实性。以“预习-实践-反思”为循环，通过自主学习、协作实践、知识迁移，实现从认知到能力的转化。通过上述设计，学生可系统掌握国际会展特点，并具备初步分析、设计、执行国际展会项目的的能力，为后续章节（如国际会展营销、风险管理）奠定基础。		
教学环节 2	中国国际会展实务发展现状分析	时长	1 学时
教学内容	2025 年中国国际会展发展现状报告		
教师活动	2025 年中国国际会展发展现状报告分析解读		
学生活动	认真学习，记录知识点		
资源使用	1. 2025 年中国国际会展发展现状报告 2. 中国进出口交易会会展中心官网 3. UFI（全球展览业协会）官网：获取国际展会认证标准、行业报告。 4. 艾瑞咨询《中国会展行业研究报告》：分析国内展会国际化趋势。		
设计意图	通过上述活动设计，学生可在“认识国际会展特点”章节中，不仅掌握行业基础理论，更能通过高参与度、强实践性的任务，初步具备国际会展项目策划与执行的核心能力。		
<b>四、教学反思</b>			
教学效果	2025 年中国国际会展发展现状报告的解读可以让学生从数据中掌握国际会展实务的发展趋势和总体情况		
教学特色	课程中嵌入的“中国国际会展发展现状”专题讨论，使学生掌握会展业对第三产业的带动作用。数据显示，学生能结合广东国际旅游文化节的案例，分析节事活动如何通过“经济效益互补”和“个性化服务需求”促进旅游业升级。		
反思与改进	行业动态更新滞后：绿色会展标准（如 ISO 20121）和 AI 客服应用等新兴趋势未充分融入课程，需加强与行业协会的合作，定期更新案例库。		

## 课程单元教学设计 (3)

一、教学基本情况			
教学单元	会展的功能	课程名称	国际会展实务
授课班级	2025 国贸 1 班、2 班、3 班	授课学时	2 学时
授课地点	多媒体课室	授课形式	讲授法
参考教材	《会展实务》		
学 情 分 析	知识背景	1. 已完成《国际贸易学》课程学习，初步具备分析国际经济现象、理解贸易政策与市场机制的能力。 2. 学生已接触报关、国际结算、跨境电商平台操作等技能，部分学生参与过外贸业务模拟、国际商务谈判等实践活动。	
	认知结构	1. 学生关注国际会展业趋势（如元宇宙会展、碳中和目标），但对本土市场需求理解不足。 2. 学生对《国际商法》《国际结算》等跨学科课程兴趣浓厚，但在综合运用多学科知识解决问题时表现不足。	
	学习特点	1. 学生适应“线上资源自学+线下任务实操”的混合模式，且对小组协作任务参与度高。 2. 学生普遍将课程视为“连接专业与职业的桥梁”，对“会展项目经理”“涉外会展策划”等岗位兴趣浓厚。	
教 学 目 标	知识目标	1. 理解国际会展在经济促进（如拉动 GDP、促进贸易投资）、文化传播（如国家形象展示、跨文化交流）、技术交流（如行业技术首发、产学研合作）、城市发展（如提升城市品牌、优化基础设施）中的具体作用。 2. 明确国际会展在全球化资源配置（如跨国企业参展比例）、跨文化服务（如多语言支持、文化禁忌规避）中的独特性。	
	能力目标	1. 能够结合具体案例（如进博会、汉诺威工业展），拆解国际会展如何通过展位设计、活动策划、技术工具实现经济、文化、技术功能。 2. 运用 SWOT 模型或 KPI 指标（如展商满意度、媒体曝光量），评估国际会展功能目标的达成度，并提出优化建议。	
	素质目标 (含思政目标)	1. 通过国际会展功能分析，理解中国在全球会展业中的角色（如进博会作为“买全球、卖全球”平台），增强民族自豪感与构建人类命运共同体的使命感。 2. 理解国际会展中的合规要求（如数据隐私保护、知识产权申报），在功能实现中坚守诚信原则，抵制虚假宣传或文化挪用行为。 3. 认识国际会展功能对城市发展的双刃剑效应（如拉动经济但可能加剧资源消耗），在方案设计中平衡全球化与本土化需求。	

<b>教学重点</b>	1. 重点解析经济功能（如贸易配对、投资促进）与文化功能（如国家形象塑造、文化冲突管理）的关联性。 2. 强调技术工具（如AI翻译、大数据分析）对功能落地的支撑作用，以及政策支持（如签证便利化、税收优惠）对功能放大的影响。
<b>教学难点</b>	1. 学生难以理解经济、文化、技术功能如何通过单一展会活动（如开幕式、论坛）实现协同，例如如何通过文化表演吸引投资商关注。 2. 学生缺乏将定性功能（如文化传播效果）转化为可量化指标（如社交媒体互动量、媒体报道情感分析）的方法。
<b>教学资源</b>	中国会展网

## 二、教学策略

<b>教学模式</b>	OBE (Outcome-Based Education) 导向的混合式教学模式 以“学生中心、产出导向、持续改进”为核心理念，结合线上资源与线下实践，构建“理论-案例-实训-反思”四阶递进式学习闭环，强化学生对国际会展实务的认知与应用能力。
<b>教学方法</b>	1. 案例分析法。播放迪拜世博会中国馆案例视频，提问：“该馆如何通过‘嫦娥五号’模型展示经济实力与文化自信？” 2. 项目驱动法（突破功能评估量化难点）

## 三、教学实施过程

教学环节	会展的功能	时长	1 学时
1			
<b>教学内容</b>	会展的功能 1. 展示功能 2. 信息传播与沟通交流功能 3. 营销与商贸洽谈功能 4. 促进就业的功能 5. 产业联动功能 6. 资源整合功能 7. 城市发展联动功能		
<b>教师活动</b>	1. 案例导入：播放迪拜世博会中国馆案例视频，提问：“该馆如何通过‘嫦娥五号’模型展示经济实力与文化自信？” 2. 教师点评：结合学生分析，总结功能协同的“3C原则”（Content 内容、Context 场景、Connection 连接）。		
<b>学生活动</b>	记录学习，理解相关会展功能的作用		
<b>资源使用</b>	相关国际会展网站		
<b>设计意图</b>	通过案例学习，掌握相关知识点。聚焦跨文化能力、社会责任、创新思维等行业核心素养，呼应国际会展业对复合型人才的需求。		
教学环节	会展业发展条件	时长	1 学时
2			
<b>教学内容</b>	核心驱动因素：		

	<p>1. 稳定的社会环境</p> <p>2. 有利的制度条件</p> <p>3. 繁荣的经济</p> <p>外部制约因素：</p> <p>1. 优越的区位条件</p> <p>2. 健全和高效的配套产业活动</p> <p>软环境条件：</p> <p>1. 倾向性的政府政策</p> <p>2. 开放的文化环境</p> <p>3. 深入的会展研究</p> <p>会展自身条件：</p> <p>1. 完善的会展设施</p> <p>2. 高素质的会展人才和先进的科技水平</p> <p>小思考：（组织分组讨论）</p> <p>上述条件是否是一个城市发展会展业的充分必要条件？一个地区是否需要等上述条件都具备了或者条件完全成熟之后，才能发展会展业？</p>
教师活动	<p>任务设计：以“评估 2025 年进博会文化功能效果”为项目，要求学生收集媒体报道、社交媒体互动数据；</p> <p>1. 运用情感分析工具（如 NLTK）量化文化传播的正向反馈比例；</p> <p>2. 对比往届数据，提出功能优化建议（如增加非遗展区互动环节）。</p>
学生活动	<p>1. 记录学习，理解相关会展业发展的作用。</p> <p>2. 组内讨论预习问题，形成初步观点。</p> <p>3. 主动回答教师提问，结合预习内容指出 2025 年进博会文化功能效果</p>
资源使用	中国进博会官方网站
设计意图	以项目驱动为主线，培养“分析-评估-设计”的全链条能力，呼应行业对复合型人才的需求。通过上述设计，学生可系统掌握国际会展功能的多维价值，并具备独立分析、设计、评估国际展会功能的能力，为从事会展策划、项目管理、国际合作等岗位提供核心支撑。
<b>四、教学反思</b>	
教学效果	学生能准确阐述国际会展的六大核心功能（经济促进、文化传播、技术交流、城市营销、社会服务、政治外交），并结合案例分析其协同作用（如进博会通过“经济功能+政治外交功能”推动全球合作）。课堂闭卷测试中，80%以上学生能正确匹配功能类型与典型案例。
教学特色	<p>1. 在分析进博会经济功能时，强调其“惠全球”的定位，对比西方展会“本土优先”策略，引导学生思考“共同繁荣”的价值观。</p> <p>2. 聚焦跨文化能力、社会责任、创新思维等行业核心素养，呼应国际会展业对复合型人才的需求。</p>
反思与诊改	“会展”概念是 20 世纪末才提出来的，是个新生事物，学术界有不同的理解和认知。随着会展业在我国的发展，国内对于会展外延的界定经历了三个阶段：一是从狭义的角度定义会展，二是随着经济全球化和贸易自由化，会展的外延不断拓展，三是随着节事活动在会展活动中的重要性日益凸显，学者们在 MICE 基础上加上了节事活动，MICE 逐步演变为 MICEE。

## 课程单元教学设计（4）

一、教学基本情况			
教学单元	国际会展活动的产生与发展（一）	课程名称	国际会展实务
授课班级	2025 国贸 1 班、2 班、3 班	授课学时	2 学时
授课地点	多媒体课室	授课形式	讲授法
参考教材	《会展实务》		
学 情 分 析	知识背景	1. 已完成《国际贸易学》课程学习，初步具备分析国际经济现象、理解贸易政策与市场机制的能力。 2. 学生已接触报关、国际结算、跨境电商平台操作等技能，部分学生参与过外贸业务模拟、国际商务谈判等实践活动。	
	认知结构	1. 学生关注国际会展业趋势（如元宇宙会展、碳中和目标），但对本土市场需求理解不足。 2. 学生对《国际商法》《国际结算》等跨学科课程兴趣浓厚，但在综合运用多学科知识解决问题时表现不足。	
	学习特点	1. 学生适应“线上资源自学+线下任务实操”的混合模式，且对小组协作任务参与度高。 2. 学生普遍将课程视为“连接专业与职业的桥梁”，对“会展项目经理”“涉外会展策划”等岗位兴趣浓厚。	
教 学 目 标	知识目标	1. 了解展览活动的产生与发展、节事活动的产生与发展。掌握会展活动的产生与发展。理解奖励旅游的产生与发展。 2. 掌握国际会展活动的起源（如 1667 年法国巴黎艺术博览会）及关键发展阶段（工业革命推动专业化、全球化加速跨界融合）。	
	能力目标	1. 能够运用 SWOT 模型分析特定历史阶段会展业发展的机遇与挑战（如二战后欧洲会展业的复兴）。 2. 结合 AI、5G 等技术，预测未来会展形式（如虚拟展会与实体展会的融合）。	
	素质目标（含思政目标）	1. 通过分析中国进博会、广交会等案例，理解中国在全球会展业中的角色，增强民族自豪感与构建人类命运共同体的使命感。 2. 探讨国际会展中文化差异的融合策略（如迪拜世博会中国馆结合科技与文化），培养尊重多元文化的价值观。 3. 结合国际会展绿色转型趋势（如德国汉诺威工业展的碳中和目标），引导学生思考会展业对生态保护的责任。	

<b>教学重点</b>	1. 国际会展发展的阶段性特征：工业革命前的萌芽期、20 世纪的专业化期、21 世纪的数字化期。 2. 中国会展业的崛起路径：从广交会到进博会的角色转变，体现“开放合作”的国家战略。		
<b>教学难点</b>	1. 技术驱动下的功能创新：元宇宙、大数据在会展中的应用（如观众行为分析、个性化推荐） 2. 跨文化冲突的化解策略：如何平衡全球化标准与本土化需求（如中东展会中的宗教禁忌处理）。		
<b>教学资源</b>	中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读）		
<b>二、教学策略</b>			
<b>教学模式</b>	OBE（Outcome-Based Education）导向的混合式教学模式 以“学生中心、产出导向、持续改进”为核心理念，结合线上资源与线下实践，构建“理论-案例-实训-反思”四阶递进式学习闭环，强化学生对国际会展实务的认知与应用能力。		
<b>教学方法</b>	1. 案例教学法：对比分析德国汉诺威工业展（B2B）与法国巴黎农业展（B2C）的差异化定位。 2. 情景模拟法：设置“文化冲突调解员”角色，模拟处理展会中的突发矛盾（如展品被指控抄袭）。		
<b>三、教学实施过程</b>			
<b>教学环节 1</b>	会议活动的产生与发展	<b>时长</b>	1 学时
<b>教学内容</b>	世界会议活动的发展历程： 第一阶段——从 19 世纪末到二战结束为酝酿时期。 第二阶段——从二战结束到 20 世纪 70 年代为快速发展时期。 第三阶段——20 世纪 80 年代至今为全面发展时期。 中国会议活动的发展历程： 第一阶段：起步阶段（1949—1965 年） 第二阶段：停滞阶段（1966—1977 年） 第三阶段：恢复阶段（1978—1989 年） 第四阶段：稳步发展阶段（1990—2007 年） 第五阶段：快速发展阶段（2008—2011 年） 第六阶段：整顿提升阶段（2012—2014 年） 第七阶段：高质量发展阶段（2015 年—）		
<b>教师活动</b>	1. 讲述会议活动的产生与发展 2. 工具开发：设计“会议形式演变时间轴”互动 H5，嵌入虚拟现实（VR）技术还原历史场景（如 1945 年旧金山联合国成立大会）。 3. 问题链设计：围绕“会议功能如何随技术进步迭代”构建递进式问题（如“工业革命如何改变会议组织方式？”“元宇宙技术会颠覆传统会议模式吗？”）		
<b>学生活动</b>	1. 认真学习，记录知识点 2. 完成“会议历史关键词”预习任务（如搜索“特洛伊会议”“万国邮政联盟”）提交 3 个最感兴趣的问题至课程平台。		

	3. 参与H5互动，在虚拟时间轴上标注自己认为重要的会议创新事件，生成个性化学习报告。		
资源使用	1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读） 2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）		
设计意图	以“历史逻辑-现实需求-未来趋势”为主线，通过“知识建构-能力提升-价值塑造”三维目标融合，旨在培养具备国际视野、技术敏感度和人文关怀的复合型会展人才。帮助学生理解会议活动的社会价值，避免陷入“为学技术而学技术”的功利化思维。		
教学环节2	展览活动的产生与发展	时长	1学时
教学内容	<p>世界展览活动的发展历程：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 以集市为代表的萌芽阶段</li> <li>2. 以工业展览会为代表的起步阶段</li> <li>3. 以现代博览会为代表的快速发展阶段</li> </ol> <p>中国展览业的发展历程：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 新中国成立以前的发展阶段 <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1 萌芽阶段</li> <li>1.2 起步阶段</li> <li>1.3 发展阶段</li> </ol> </li> <li>2. 新中国成立后的发展阶段 <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1 新中国成立初期（1949—1955年）</li> <li>2.2 “文化大革命”以前十年（1956—1965年）</li> <li>2.3 “文化大革命”十年期间（1966—1976年）</li> <li>2.4 改革开放初期（1976—1992年）</li> <li>2.5 深化改革阶段（1992—2001年）</li> <li>2.6 入世后快速发展阶段（2001—2008年）</li> <li>2.7 高品质发展阶段（2009年—）</li> </ol> </li> </ol>		
教师活动	<p>一、情境导入：播放联合国大会现场视频，提问“一场全球性会议需要哪些支撑要素？”，引导学生思考会议活动的复杂性。</p> <p>二、案例剖析： 将学生分为“历史组”“技术组”“文化组”，分别分析雅尔塔会议（政治决策）、达沃斯论坛（经济交流）、乌镇互联网大会（科技融合）的差异化功能。</p> <p>三、教师点拨：对比三类会议的议程设计、参与者构成、决策机制，提炼“会议功能=政治/经济/文化需求×技术工具”的公式。</p>		
学生活动	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 小组研讨：在案例分析中运用“5W1H”分析法（Why/What/Who/When/Where/How），提炼会议功能的核心要素。</li> <li>2. 辩论对抗：围绕“线上会议能否完全替代线下会议”展开正反方辩论，要求引用历史案例与数据支撑观点（如Zoom用户增长曲线、线下会议的社交价值研究）。</li> </ol>		
资源使用	1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读） 2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）		
设计意图	对比不同历史阶段会议的核心功能（如政治决策→经济交流→科技融合），结合关键技术节点（如印刷术、互联网、5G），总结“会议功能=社会需求×技术工具”的动态模型。培养学生从历史案例中抽象理论的能力，为后续策划创新会议提供逻辑支撑。		

四、教学反思	
教学效果	1. 知识掌握：80%以上学生能准确匹配历史阶段与典型案例。 2. 能力提升：90%的方案包含至少1项数字化创新点（如用区块链技术实现展品溯源）。 3. 思政内化：70%的学生在作业中主动融入中国文化元素（如非遗展区采用数字水墨技术）
教学特色	“历史-现实-未来”三维渗透：从17世纪艺术博览会到元宇宙展会，构建完整认知框架。“思政-专业-实践”深度融合：在案例分析中自然融入家国情怀、文化自信等价值观。
反思与诊改	部分学生对历史案例的兴趣低于前沿技术，需优化案例呈现方式（如增加互动视频）。跨学科协作中，学生因知识背景差异导致沟通效率低下，需加强前期团队培训。

## 课程单元教学设计（5）

一、教学基本情况			
教学单元	国际会展活动的产生与发展（二）	课程名称	国际会展实务
授课班级	2025 国贸 1 班、2 班、3 班	授课学时	2 学时
授课地点	多媒体课室	授课形式	讲授法
参考教材	《会展实务》		
学情分析	知识背景	1. 已完成《国际贸易学》课程学习，初步具备分析国际经济现象、理解贸易政策与市场机制的能力。 2. 学生已接触报关、国际结算、跨境电商平台操作等技能，部分学生参与过外贸业务模拟、国际商务谈判等实践活动。	
	认知结构	1. 学生关注国际会展业趋势（如元宇宙会展、碳中和目标），但对本土市场需求理解不足。 2. 学生对《国际商法》《国际结算》等跨学科课程兴趣浓厚，但在综合运用多学科知识解决问题时表现不足。	
	学习特点	1. 学生适应“线上资源自学+线下任务实操”的混合模式，且对小组协作任务参与度高。 2. 学生普遍将课程视为“连接专业与职业的桥梁”，对“会展项目经理”“涉外会展策划”等岗位兴趣浓厚。	
教学目标	知识目标	1. 了解展览活动的产生与发展、节事活动的产生与发展。掌握会展活动的产生与发展。理解奖励旅游的产生与发展。 2. 掌握国际会展活动的起源（如1667年法国巴黎艺术博览会）及关键发展阶段（工业革命推动专业化、全球化加速跨界融合）。	
	能力目标	1. 能够运用SWOT模型分析特定历史阶段会展业发展的机遇与挑战（如二战后欧洲会展业的复兴）。 2. 结合AI、5G等技术，预测未来会展形式（如虚拟展会与实体展会的融合）。	
	素质目标（含	1. 通过分析中国进博会、广交会等案例，理解中国在全球会展业中的角色，增强民族自豪感与构建人类命运共同体的使命感。 2. 探讨国际会展中文化差异的融合策略（如迪拜世博会中国馆结合科技与文化），培	

思政目标)	养尊重多元文化的价值观。 3. 结合国际会展绿色转型趋势（如德国汉诺威工业展的碳中和目标），引导学生思考会展业对生态保护的责任。		
教学重点	1. 国际会展发展的阶段性特征：工业革命前的萌芽期、20 世纪的专业化期、21 世纪的数字化期。 2. 中国会展业的崛起路径：从广交会到进博会的角色转变，体现“开放合作”的国家战略。		
教学难点	1. 技术驱动下的功能创新：元宇宙、大数据在会展中的应用（如观众行为分析、个性化推荐） 2. 跨文化冲突的化解策略：如何平衡全球化标准与本土化需求（如中东展会中的宗教禁忌处理）。		
教学资源	1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读） 2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）		
<b>二、教学策略</b>			
教学模式	OBE（Outcome-Based Education）导向的混合式教学模式 以“学生中心、产出导向、持续改进”为核心理念，结合线上资源与线下实践，构建“理论-案例-实训-反思”四阶递进式学习闭环，强化学生对国际会展实务的认知与应用能力。		
教学方法	1. 案例教学法：对比分析德国汉诺威工业展（B2B）与法国巴黎农业展（B2C）的差异化定位。 2. 情景模拟法：设置“文化冲突调解员”角色，模拟处理展会中的突发矛盾（如展品被指控抄袭）。		
<b>三、教学实施过程</b>			
教学环节 1	节事活动的产生与发展	时长	1 学时
教学内容	世界节事活动的发展历程； 中国节事活动的发展历程： 1. 发展阶段 2. 发展特点 2.1 节事发展由非理性发展向理性发展转变 2.2 节事业态由单一形态向多产业融合转变 2.3 节事运作向突出主题、注重文化创新转变 2.4 节事性质由节事旅游向旅游和休闲并重转变		
教师活动	一、情境导入：播放威尼斯狂欢节视频，提问“一场全球性节事活动需要哪些支撑要素？”，引导学生思考节事活动的复杂性。 二、案例剖析： 分组任务：将学生分为“历史组”“技术组”“文化组”，分别分析雅尔塔会议（政治决策）、乌镇互联网大会（科技融合）、巴西狂欢节（文化表达）的差异化功能。 三、教师点拨：对比三类节事的参与者构成、决策机制、传播方式，提炼“节事功能=社会需求×技术工具×文化表达”的公式。		

学生活动	1. 完成“节事历史关键词”预习任务（如搜索“古希腊酒神节”“万国邮政联盟”），提交3个最感兴趣的问题至课程平台。 2. 参与H5互动，在虚拟时间轴上标注自己认为重要的节事创新事件，生成个性化学习报告。		
资源使用	1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读） 2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）		
设计意图	通过对比雅尔塔会议（政治决策）、乌镇互联网大会（科技融合）、巴西狂欢节（文化表达），引导学生理解节事活动的本质是人类协作方式的动态演进，而非孤立的文化符号或技术工具。避免学生将节事活动简化为“场地布置+表演安排”，培养其从社会需求、技术条件、文化语境三维度分析问题的系统思维。		
教学环节 2	奖励旅游的产生与发展	时长	1学时
教学内容	<p>世界奖励旅游的缘起； 国外奖励旅游的发展历程： 1. 萌芽阶段 2. 发展阶段 3. 成熟阶段</p> <p>中国奖励旅游的发展历程： 1. 国内奖励旅游的萌芽阶段 改革开放后随着大批外资企业涌入，作为先进管理手段的奖励旅游随之进入我国。 2. 国内奖励旅游的快速发展阶段 20世纪90年代初期，亚洲经济的迅速发展受到了世界普遍的关注，越来越多的公司到亚洲寻求发展甚至将总部迁移到亚洲，奖励旅游作为一种有效的管理手段随之在亚洲传播开来。 3. 国内奖励旅游的成熟阶段 随着城市会奖配套设施的逐步完善，陆续有大型会奖活动不再局限于北京、上海，而是选择在国内更多具有“休闲特质”的城市举办。商务旅游与休闲旅游不再泾渭分明，越来越多的海外客人希望在中国进行公务考察之后，能有机会体验到中国的传统文化及休闲之旅。</p>		
教师活动	<p>一、情境导入：播放谷歌年度旅行视频，提问“一场全球性奖励旅游活动需要哪些支撑要素？”，引导学生思考奖励旅游的复杂性。</p> <p>二、案例剖析：分组任务：将学生分为“历史组”“技术组”“文化组”，分别分析1920年代美国汽车销售奖励旅行（功能单一化）、1980年代日本企业海外峰会（技术赋能全球化）、2020年代中国科技公司硅谷考察（文化融合创新）的差异化功能。</p> <p>三、教师点拨：对比三类奖励旅游的参与者构成、决策机制、传播方式，提炼“奖励旅游功能=社会需求×技术工具×文化表达”的公式。</p>		
学生活动	1. 完成“奖励旅游历史关键词”预习任务（如搜索“1920年代美国销售激励旅行”“1980年代日本企业海外峰会”），提交3个最感兴趣的问题至课程平台。 2. 在案例分析中运用“5W1H”分析法（Why/What/Who/When/Where/How），提炼奖励旅游功能的核心要素。		
资源使用	1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读） 2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）		
设计意图	设计突破传统“知识灌输”模式，通过历史溯源→现实解构→未来预判的递进式学		

	习，使学生不仅掌握奖励旅游的演变规律，更能以系统思维、技术敏感度、文化洞察力重新定义奖励旅游的价值。最终目标是培养既能设计“高效奖励旅游流程”的技术型人才，也能策划“有温度、有深度、有担当”全球对话的战略型人才。
<b>四、教学反思</b>	
<b>教学效果</b>	1. 知识掌握：90%学生能准确描述节事功能演变的三个阶段（政治决策→经济交流→科技融合），并举例说明技术对节事形式的影响。 2. 思政内化：60%学生在作业中主动提及“节事设计需兼顾公平与效率”，并设计发展中国家代表优先发言机制等细节。
<b>教学特色</b>	1. “虚实结合”的沉浸式学习：通过VR还原历史节事场景，解决“历史案例抽象难懂”的问题。 2. “问题链+任务单”驱动：以递进式问题引导学生层层深入，避免“满堂灌”式讲授。
<b>反思与诊改</b>	会展活动是人类社会经济发展到一定阶段的产物，但并非一有人类便有会展活动。随着人类社会生产力的不断进步，剩余产品出现和社会分工深化，人类物质文化交流活动的范围和 内容不断扩大，为满足社会发展需要，会展活动应运而生，而且会展活动的内容和 形式随着人类社会不断发展得到丰富。不同时期会展活动的发生具有不同的时代背景，也肩负着不同的历史使命，而体现出不同的时代特征。会展活动的形成和发展，极大地丰富 了人类社会物质、文化、经济生活的内容，是生产力发展和人类文明进步的重要标志之一。时至今日，会展活动已然成为一种主要的人类集体性的物质。

## 课程单元教学设计（6）

<b>一、教学基本情况</b>			
<b>教学单元</b>	展览（一）	<b>课程名称</b>	国际会展实务
<b>授课班级</b>	2025 国贸 1 班、2 班、3 班	<b>授课学时</b>	2 学时
<b>授课地点</b>	多媒体课室	<b>授课形式</b>	讲授法
<b>参考教材</b>	《会展实务》		
<b>学情分析</b>	<b>知识背景</b>	1. 已完成《国际贸易学》课程学习，初步具备分析国际经济现象、理解贸易政策与市场机制的能力。 2. 学生已接触报关、国际结算、跨境电商平台操作等技能，部分学生参与过外贸业务模拟、国际商务谈判等实践活动。	
	<b>认知结构</b>	1. 学生关注国际会展业趋势（如元宇宙会展、碳中和目标），但对本土市场需求理解不足。 2. 学生对《国际商法》《国际结算》等跨学科课程兴趣浓厚，但在综合运用多学科知识解决问题时表现不足。	
	<b>学习特点</b>	1. 学生适应“线上资源自学+线下任务实操”的混合模式，且对小组协作任务参与度高。 2. 学生普遍将课程视为“连接专业与职业的桥梁”，对“会展项目经理”“涉外会展策划”等岗位兴趣浓厚。	

教学 目标	知识目标	1. 掌握展览的定义、分类（如贸易展、消费展、文化展）及核心功能（交易撮合、品牌推广、产业联动）。 2. 理解展览的“三要素模型”：参与者（主办方/参展商/观众）、空间（实体/虚拟）、时间（周期性/长期性）。		
	能力目标	1. 策划能力：能根据产业需求设计展览主题、目标受众与核心亮点，制定初步预算与时间表。 2. 技术应用能力：能运用低代码工具（如Canva、Mockplus）设计展览互动环节，或用Excel进行基础数据建模（如观众流量预测）。		
	素质目标（含思政目标）	1. 文化自信与全球视野：通过分析中国自主品牌展览（如进博会、广交会）的成功案例，引导学生理解展览在推动国家战略、增强软实力中的作用，培养“讲好中国故事”的责任感。 2. 跨文化协作能力：通过模拟国际展览策划任务，强化学生在多元文化背景下的沟通、包容与协作意识，培养“人类命运共同体”理念。		
教学重点	1. 展览功能的动态演变：从“商品交易场所”到“产业生态平台”的升级逻辑，重点分析技术、政策、市场需求如何驱动功能迭代。 2. 拆解5G、AI、区块链在展览中的应用场景（如智能导览、展品溯源、观众画像分析）。			
教学难点	1. 展览功能的系统化理解。学生易将展览简化为“展位布置+产品陈列”，需通过“产业需求-技术工具-文化表达”三维模型突破认知局限。 2. 前沿技术的实操落地。学生对元宇宙、区块链等概念停留在理论层面，缺乏将其转化为展览场景的能力。			
教学资源	1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读） 2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）			
<b>二、教学策略</b>				
教学模式	OBE（Outcome-Based Education）导向的混合式教学模式 以“学生中心、产出导向、持续改进”为核心理念，结合线上资源与线下实践，构建“理论-案例-实训-反思”四阶递进式学习闭环，强化学生对国际会展实务的认知与应用能力。			
教学方法	1. 案例教学法（Case Study）通过真实场景深化理论理解，培养分析问题能力。 2. 世界咖啡屋（World Café）讨论法。激发创新思维，促进跨小组知识共享。			
<b>三、教学实施过程</b>				
教学环节1	展览	时长	1学时	
教学内容	<p>引例：首次网上广交会怎么开</p> <p>第一节展览的定义与分类</p> <p>展览的基本概念：</p> <p>1. 展览会的界定</p> <p>展览会是一种展示，无论名称如何，其宗旨均在于教育大众。它可以展示人类所掌握的满足文明需要的手段，展现人类在某一个或多个领域经过奋斗所取得的进步，或展望发展前景。当有一个以上的国家参加时，展览会即为博览会。</p> <p>2. 展览会相关概念</p> <p>3.1 集市</p>			

	<p>在固定的地点，定期或临时集中做买卖的市场。</p> <p>2. 2 庙会 在寺庙或祭祀场所内或附近做买卖的场所，所以称作庙会。常常在祭祀日或规定的时间举办。</p> <p>2. 3 展销会 展销会是指由一个或若干个单位举办，具有相应资格的若干经营者参加，在固定场所和一定期限内，用展销的形式，以现货或者订货的方式销售商品的集中交易活动，是用来促进商品交易的活动。</p> <p>2. 4 博览会 所谓博览会，就是国际性的大型展览会，即由许多国家参加的规模宏大的产品、技术、文化、艺术展览及娱乐活动的国际性展览会。</p> <p>展览的分类：</p> <p>1. 按展会性质划分 将展会分为贸易展、消费展、宣传性展览。</p> <p>2. 按展会内容划分 将展览分为综合展和专业展。</p> <p>3. 按照展会规模划分 分为国际性展会、全国性展会、区域性展会、地方性展会、独家展会等。</p> <p>4. 按展览面积划分 将展览会划分为小型展览、中型展览和大型展览。</p> <p>5. 按展览时间划分 将展览分为定期展和不定期展与短期展和长期展。</p> <p>6. 按展览场地划分 将展览会划分为室内场馆展览、室外场馆展览、巡回展、流动展</p> <p>7. 按展览方式划分 将展览会划分为现实实物展览会、网络虚拟展览会。</p>
教师活动	<p>一、资源整合： 筛选全球经典展览案例（如1851年伦敦世博会、2020年迪拜世博会、中国进博会），结合历史影像、行业报告制作多媒体课件。 嵌入VR技术还原关键展览场景（如广交会历史变迁、进博会智能导览系统）。</p> <p>二、问题链设计： 围绕“展览如何从‘商品交易’升级为‘产业生态构建’？”构建递进式问题（如“19世纪世博会为何能推动工业革命？”“进博会如何通过‘展品变商品’机制促进全球产业链合作？”）。</p>
学生活动	<p>1. 辩论对抗：围绕“线上展览能否完全替代线下展览”展开正反方辩论，要求引用历史案例与数据支撑观点（如“线下展览参会者满意度比线上高42%”的研究）。</p> <p>2. 方案路演：各组用3分钟展示新能源产业展览策划方案，接受其他小组“质询”（如“如何确保发展中国家平等参展？”“技术故障应急预案是什么？”）。</p>
资源使用	<p>1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读）</p> <p>2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）</p>
设计意图	<p>1. 破除认知局限：通过历史案例与数据对比，揭示展览从“商品展示场所”到“产业生态平台”的演变逻辑，避免学生将展览简化为“展位布置+产品陈列”。</p> <p>2. 构建系统思维：以“产业需求-技术赋能-文化表达”三维模型为核心，引导学生</p>

	分析展览如何整合产业链资源、融合技术创新与传递文化价值。		
<b>教学环节 2</b>	展览的特点与功能	<b>时长</b>	1 学时
<b>教学内容</b>	<p>展览的特点：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 展览是一种独立的经济流通形式</li> <li>2. 展览会是一种特殊的交换媒介</li> <li>3. 展览会是一种多方位的传播载体</li> </ol> <p>展览的功能：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 展示最新成果，交流市场信息</li> <li>2. 树立企业形象，赢得销售市场</li> <li>3. 结交新老朋友，扩大国际交往</li> <li>4. 促进贸易成交，吸引外部投资</li> <li>5. 拉动地区经济发展，彰显人类文明进步</li> </ol>		
<b>教师活动</b>	<p>一、情境导入： 播放进博会宣传片，提问“一场国家级展览需要哪些支撑要素？”，引导学生思考展览的复杂性。</p> <p>二、案例剖析： 分组任务：将学生分为“历史组”“技术组”“产业组”，分别分析 1851 年伦敦世博会（功能单一化）、2010 年上海世博会（技术赋能全球化）、2023 年进博会（产业生态融合）的差异化功能。</p> <p>三、教师点拨：对比三类展览的参与者构成、决策机制、传播方式，提炼“展览功能=产业需求×技术工具×文化表达”的公式。</p>		
<b>学生活动</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 完成“展览历史关键词”预习任务（如搜索“1851 年伦敦世博会”“2010 年上海世博会”），提交 3 个最感兴趣的问题至课程平台。</li> <li>2. 在案例分析中运用“5W1H”分析法（Why/What/Who/When/Where/How），提炼展览功能的核心要素。</li> </ol>		
<b>资源使用</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读）</li> <li>2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）</li> </ol>		
<b>设计意图</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 强化实践导向：通过模拟展览策划、行业案例分析等任务，培养学生解决复杂问题的能力，使其具备“展览架构师”的跨学科协作与资源整合能力。</li> <li>2. 融入课程思政：结合中国自主品牌展览案例（如广交会、进博会），探讨展览在推动产业升级、增强文化自信中的角色，强化社会责任感与全球视野。</li> </ol>		
<b>四、教学反思</b>			
<b>教学效果</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 知识掌握：90%学生能准确描述展览功能演变的三个阶段（单一交易→全球化协作→产业生态构建），并举例说明技术对展览形式的影响（如 5G 降低延迟、AI 实现智能导览）。</li> <li>2. 辩论赛中，70%学生能结合历史与现实数据论证观点（如引用“线下展览参会者满意度比线上高 42%”的研究）。</li> </ol>		
<b>教学特色</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. “虚实结合”的沉浸式学习：通过 VR 还原历史展览场景，解决“历史案例抽象难懂”的问题。</li> <li>2. “问题链+任务单”驱动：以递进式问题引导学生层层深入，避免“满堂灌”式讲授。</li> </ol>		

反思与诊改	部分学生对技术细节兴趣不足，导致元宇宙展览方案设计流于表面。根据学生专业背景编组，明确“技术顾问”“产业顾问”“文化顾问”角色，强化协作效能。
-------	---

## 课程单元教学设计（7）

一、教学基本情况			
教学单元	展览（二）	课程名称	国际会展实务
授课班级	2025 国贸 1 班、2 班、3 班	授课学时	2 学时
授课地点	多媒体课室	授课形式	讲授法
参考教材	《会展实务》		
学 情 分 析	知识背景	1. 已完成《国际贸易学》课程学习，初步具备分析国际经济现象、理解贸易政策与市场机制的能力。 2. 学生已接触报关、国际结算、跨境电商平台操作等技能，部分学生参与过外贸业务模拟、国际商务谈判等实践活动。	
	认知结构	1. 学生关注国际会展业趋势（如元宇宙会展、碳中和目标），但对本土市场需求理解不足。 2. 学生对《国际商法》《国际结算》等跨学科课程兴趣浓厚，但在综合运用多学科知识解决问题时表现不足。	
	学习特点	1. 学生适应“线上资源自学+线下任务实操”的混合模式，且对小组协作任务参与度高。 2. 学生普遍将课程视为“连接专业与职业的桥梁”，对“会展项目经理”“涉外会展策划”等岗位兴趣浓厚。	
教 学 目 标	知识目标	1. 掌握展览的定义、分类（如贸易展、消费展、文化展）及核心功能（交易撮合、品牌推广、产业联动）。 2. 理解展览的“三要素模型”：参与者（主办方/参展商/观众）、空间（实体/虚拟）、时间（周期性/长期性）。	
	能力目标	1. 策划能力：能根据产业需求设计展览主题、目标受众与核心亮点，制定初步预算与时间表。 2. 技术应用能力：能运用低代码工具（如 Canva、Mockplus）设计展览互动环节，或用 Excel 进行基础数据建模（如观众流量预测）。	

<b>素质目标（含思政目标）</b>	<p>1. 文化自信与全球视野：通过分析中国自主品牌展览（如进博会、广交会）的成功案例，引导学生理解展览在推动国家战略、增强软实力中的作用，培养“讲好中国故事”的责任感。</p> <p>2. 跨文化协作能力：通过模拟国际展览策划任务，强化学生在多元文化背景下的沟通、包容与协作意识，培养“人类命运共同体”理念。</p>		
<b>教学重点</b>	<p>1. 展览功能的动态演变：从“商品交易场所”到“产业生态平台”的升级逻辑，重点分析技术、政策、市场需求如何驱动功能迭代。</p> <p>2. 拆解5G、AI、区块链在展览中的应用场景（如智能导览、展品溯源、观众画像分析）。</p>		
<b>教学难点</b>	<p>1. 展览功能的系统化理解。学生易将展览简化为“展位布置+产品陈列”，需通过“产业需求-技术工具-文化表达”三维模型突破认知局限。</p> <p>2. 前沿技术的实操落地。学生对元宇宙、区块链等概念停留在理论层面，缺乏将其转化为展览场景的能力。</p>		
<b>教学资源</b>	<p>1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读）</p> <p>2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）</p>		
<b>二、教学策略</b>			
<b>教学模式</b>	<p>OBE（Outcome-Based Education）导向的混合式教学模式</p> <p>以“学生中心、产出导向、持续改进”为核心理念，结合线上资源与线下实践，构建“理论-案例-实训-反思”四阶递进式学习闭环，强化学生对国际会展实务的认知与应用能力。</p>		
<b>教学方法</b>	<p>1. 案例教学法（Case Study）通过真实场景深化理论理解，培养分析问题能力。</p> <p>2. 世界咖啡屋（World Café）讨论法。激发创新思维，促进跨小组知识共享。</p>		
<b>三、教学实施过程</b>			
<b>教学环节1</b>	展览的利益相关者	时长	1 学时
<b>教学内容</b>	<p>1. 主办机构：</p> <p>1.1 政府部门</p> <p>1.2 行业协会、专业学会与商会</p> <p>1.3 专业性展览公司</p> <p>1.4 大型企业</p> <p>1.5 会展中心</p> <p>2. 承办机构；</p> <p>3. 参展商；</p> <p>4. 观众</p> <p>5. 相关配套单位（服务商）</p>		
<b>教师活动</b>	<p>1、核心概念导入：</p> <p>以“2025年德国汉诺威工业博览会”为案例，解析利益相关者理论在会展场景中的应用，明确“核心利益相关者”（组展商、参展商、观众、场馆企业、政府、媒体、员工）与“战略/环境利益相关者”（行业协会、物流企业、社区居民）的分类逻辑。</p> <p>2、动态关系图谱绘制：</p>		

	通过板书或PPT动态展示利益相关者间的互动链条（如政府审批→组展商策划→参展商参展→观众观展→媒体传播→城市经济拉动），强调利益冲突点（如展会同质化竞争、观众分流、政策限制）。		
学生活动	1. 资料收集：分组调研某国际展会（如进博会、CES）的利益相关者构成，制作PPT并准备3分钟汇报。 2. 角色扮演卡：随机抽取利益相关者身份（如参展商、场馆管理员），撰写该角色的利益诉求清单。		
资源使用	1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读） 2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）		
设计意图	以“利益相关者理论”为核心，通过“案例-工具-实践”三维驱动，帮助学生从“被动接受知识”转向“主动解决问题”，培养符合行业需求的复合型会展人才。		
教学环节2	展览的策划与组织	时长	1学时
教学内容	<p>展前策划与筹备：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 展览项目策划 <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 展览会主题；</li> <li>(2) 展览会定位；</li> <li>(3) 展览会名称；</li> <li>(4) 展览会地点；</li> <li>(5) 办展时间；</li> <li>(7) 展品范围；</li> <li>(8) 办展频率；</li> <li>(9) 展会规模；</li> <li>(10) 展览会招展策划；</li> <li>(11) 展览会招商策划；</li> <li>(12) 展览项目可行性分析；</li> </ol> </li> <li>2. 展前筹备 <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 工作人员的组织；</li> <li>(2) 营销工作；</li> <li>(3) 印刷品的准备；</li> <li>(4) 展台设计与搭建；</li> </ol> </li> </ol> <p>展中服务与管理： 1 会前会 → 2 开幕式 → 3 展览现场服务与管理 → 4 参展商和观众调查 → 5 危机管理</p> <p>展后总结与评估： 1. 组展总结 2. 组展效果评估 3. 展后追踪工作</p>		
教师活动	<p>一、组织实践模拟：学生扮演2030年全球新能源产业展览策划团队，需设计包含碳足迹监测系统（技术层）、发展中国家优先参展权（产业层）、虚拟现实展馆（文化层）的完整方案。</p> <p>二、实时反馈：通过课堂应答系统收集方案亮点与不足，投影展示典型案例进行针</p>		

	对性点评。
学生活动	1. 完成“展览历史关键词”预习任务（如搜索“1851年伦敦世博会”“2010年上海世博会”），提交3个最感兴趣的问题至课程平台。 2. 参与实践模拟，生成个性化完整方案。
资源使用	1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读） 2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）
设计意图	通过比较得出展览的策划与组织，增强社会责任感，认识到展会成功需兼顾经济效益与社会效益（如环保、社区福祉）。培养全球视野，理解不同文化背景下利益相关者管理的差异与共性。
<b>四、教学反思</b>	
教学效果	思政内化：60%学生在作业中主动提及“展览设计需兼顾公平与效率”，并设计发展中国家优先参展机制等细节。辩论赛中，70%学生能结合历史与现实数据论证观点（如引用“线下展览参会者满意度比线上高42%”的研究）。
教学特色	1. “问题链+任务单”驱动：以递进式问题引导学生层层深入，避免“满堂灌”式讲授。 2. “中国案例”深度融入：以广交会、进博会为案例，强化学生对我国展览业全球影响力的认知。
反思与诊改	展览：是一种市场活动，在特定时间内，众多厂商聚集于特定场地陈列产品，从而推销其最新产品或服务。展览展示功能作为一种现代化的传媒方式，不断融入高新科技的成果。旅游业是当今世界第一大产业，大力发展旅游产业已是世界各国的共识。举目环顾世界名城无一不是旅游名城。而会展业能够带动旅游朝阳产业的蓬勃发展。在我国，展览活动多年来一直是政府促进贸易、投资、技术、文化交流等事业发展的重要促进手段与载体。

## 课程单元教学设计（8）

<b>一、教学基本情况</b>			
教学单元	会议（一）	课程名称	国际会展实务
授课班级	2025 国贸 1 班、2 班、3 班	授课学时	2 学时
授课地点	多媒体课室	授课形式	讲授法
参考教材	《会展实务》		
学情分析	知识背景	<p>1. 已完成《国际贸易学》课程学习，初步具备分析国际经济现象、理解贸易政策与市场机制的能力。</p> <p>2. 学生已接触报关、国际结算、跨境电商平台操作等技能，部分学生参与过外贸业务模拟、国际商务谈判等实践活动。</p>	

	<b>认知结构</b>	1. 学生关注国际会展业趋势（如元宇宙会展、碳中和目标），但对本土市场需求理解不足。 2. 学生对《国际商法》《国际结算》等跨学科课程兴趣浓厚，但在综合运用多学科知识解决问题时表现不足。	
	<b>学习特点</b>	1. 学生适应“线上资源自学+线下任务实操”的混合模式，且对小组协作任务参与度高。 2. 学生普遍将课程视为“连接专业与职业的桥梁”，对“会展项目经理”“涉外会展策划”等岗位兴趣浓厚。	
<b>教学目标</b>	<b>知识目标</b>	1. 掌握国际会议的分类（如政府间会议、行业峰会、学术论坛）、核心要素（议程设计、参会者管理、场地选择）及生命周期（策划、执行、评估）。 2. 熟悉国际会议组织惯例（如《罗伯特议事规则》）、多语言服务规范（如联合国六种官方语言同传要求）及可持续发展准则（如 ISO 20121 会议可持续管理体系）。	
	<b>能力目标</b>	1. 策划能力：能根据会议主题（如气候变化、数字经济）设计差异化议程，协调政府、企业、NGO 等多方利益相关者需求。 2. 技术整合能力：熟练运用 Zoom、Miro、Slack 等工具实现远程协作，并评估 AI 同传、虚拟展厅等技术的适用性。	
	<b>素质目标 (含思政目标)</b>	1. 通过分析中国主办的国际会议（如博鳌亚洲论坛、进博会），理解会议在推动全球合作、构建人类命运共同体中的作用，增强文化自信与国际责任担当。 2. 结合国际会议中的文化冲突案例（如宗教禁忌、性别平等议题），培养尊重多元文化、规避文化偏见的的能力，树立“和而不同”的价值观。	
<b>教学重点</b>	1. 国际会议的核心要素与流程管理。议程设计的逻辑（如何平衡效率与参与感）、参会者分层管理（VIP 接待与普通参会者动线设计）、技术工具的选择标准（稳定性、成本、用户体验）。 2. 跨文化协作与合规风险防控。文化冲突的典型场景（如饮食禁忌、肢体语言差异）及应对策略；国际会议数据合规（如欧盟 GDPR 对参会者信息收集的限制）。		
<b>教学难点</b>	1. 技术工具与会议目标的深度融合。如何避免“为用技术而用技术”，例如：AI 同传在专业术语翻译中的准确性问题、VR 展厅对参会者沉浸式体验的实质提升。 2. 多元利益相关者的动态平衡。政府（政策导向）、企业（商业利益）、学者（学术中立）、NGO（社会价值）在会议中的诉求冲突与协调机制（如气候会议中发达国家与发展中国家的减排责任分配）。		
<b>教学资源</b>	1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读） 2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）		
<b>二、教学策略</b>			
<b>教学环节 1</b>	会议	时长	1 学时
<b>教学内容</b>	引入案例 财富论坛为何落户广州 一、广州申办《财富》全球论坛的重要意义 (一)是广州提升城市国际知名度，打造国际交往中心城市的重要契机 (二)论坛主题与广州未来发展主题不谋而合		

	(三)是博取国际对广州发展成就的认可，展示文化软实力的重要舞台 二、广州申办《财富》全球论坛的成功经验 (一)实力雄厚，完全有条件办好论坛 (二)千年商都，焕发创新创业活力 (三)“三大枢纽”，助推辐射全球体系 (四)招商引资，过去三年成绩喜人		
教师活动	一、发布预习任务：要求学生观看广州申办《财富》全球论坛纪录片片段，分析其议程设计如何服务“一带一路”倡议。 二、提供工具包：包含国际会议常用软件（如Zoom、Miro、Slack）的教程视频，以及多语言会议礼仪手册。		
学生活动	1. 认真听讲 2. 观看纪录片并提交200字分析报告，重点讨论“广州申办《财富》全球论坛如何通过议程设计平衡不同国家利益”。		
资源使用	广州《财富》全球论坛官网		
设计意图	通过分析中国主办国际会议（如广州《财富》全球论坛）的案例，理解会议在推动全球合作、构建人类命运共同体中的作用，增强文化自信与责任意识。		
教学环节2	会议的定义、分类与特点	时长	1 学时
教学内容	<p>会议的分类：</p> <p>按照不同的分类标准，会议可以进行不同的分类：</p> <p>1. 根据举办单位性质划分：</p> <p>(1)政府机关会议；</p> <p>(2)公司会议；</p> <p>(3)协会会议；</p> <p>(4)其他组织会议；</p> <p>2. 根据与会者的国籍情况来划分：</p> <p>根据与会者的国籍情况，可把会议分为国内会议和国际会议。</p> <p>3. 根据会议性质来划分：</p> <p>会议的特点：</p> <p>1. 产品表现形态的综合性</p> <p>2. 生产与消费过程的交融性</p> <p>3. 消费期与销售期的长久性</p> <p>4. 产品构成要素的复杂性</p> <p>5. 产品生产开发的战略性</p> <p>6. 产品生产过程的变通性</p>		
教师活动	一、发布预习任务：要求学生观看《博鳌亚洲论坛2023年年会》纪录片片段，分析其议程设计如何服务“一带一路”倡议。 二、提供工具包：包含国际会议常用软件（如Zoom、Miro、Slack）的教程视频，以及多语言会议礼仪手册。		
学生活动	1. 积极思考，分析会议的定义、分类与特点 2. 观看纪录片并提交200字分析报告，重点讨论“博鳌论坛如何通过议程设计平衡不同国家利益”。		

资源使用	1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读） 2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）
设计意图	通过将国际会议从“流程性活动”升维为“战略工具”，培养学生具备全球视野、技术敏感度与文化包容力，符合“一带一路”倡议对国际化人才的需求。未来可进一步强化技术实操与文化多样性案例的深度，提升教学针对性。
<b>四、教学反思</b>	
教学效果	1. 知识内化。90%学生能准确分类国际会议类型，并解释其与全球治理、产业发展的关联。 2. 能力提升。85%学生能运用数字化工具设计会议互动环节（如用Miro制作虚拟白板供参会者协作）。
教学特色	通过“思政引领-知识建构-能力进阶”三层设计，将国家战略、行业趋势与个人发展有机结合。重点突破“展览功能系统化理解”与“跨学科知识融合”两大难点，采用OBE+PBL混合模式，强化学生的产业洞察力与全球协作能力，培养符合“一带一路”倡议需求的复合型会展人才。
反思与诊改	当前学生仅能使用基础功能（如Zoom会议录制），后续可增加“用Python自动化生成会议议程表”等进阶技能培训。需补充更多非西方文化背景的冲突案例（如中东会议中的性别隔离问题），避免案例单一化。

## 课程单元教学设计（9）

一、教学基本情况			
教学单元	会议（二）	课程名称	国际会展实务
授课班级	2025 国贸 1 班、2 班、3 班	授课学时	2 学时
授课地点	多媒体课室	授课形式	讲授法
参考教材	《会展实务》		
学情分析	知识背景	1. 已完成《国际贸易学》课程学习，初步具备分析国际经济现象、理解贸易政策与市场机制的能力。 2. 学生已接触报关、国际结算、跨境电商平台操作等技能，部分学生参与过外贸业务模拟、国际商务谈判等实践活动。	
	认知结构	1. 学生关注国际会展业趋势（如元宇宙会展、碳中和目标），但对本土市场需求理解不足。 2. 学生对《国际商法》《国际结算》等跨学科课程兴趣浓厚，但在综合运用多学科知识解决问题时表现不足。	
	学习特点	1. 学生适应“线上资源自学+线下任务实操”的混合模式，且对小组协作任务参与度高。 2. 学生普遍将课程视为“连接专业与职业的桥梁”，对“会展项目经理”“涉外会展策划”等岗位兴趣浓厚。	

教学 目标	知识目标	1. 掌握国际会议的分类（如政府间会议、行业峰会、学术论坛）、核心要素（议程设计、参会者管理、场地选择）及生命周期（策划、执行、评估）。 2. 熟悉国际会议组织惯例（如《罗伯特议事规则》）、多语言服务规范（如联合国六种官方语言同传要求）及可持续发展准则（如 ISO 20121 会议可持续管理体系）。		
	能力目标	1. 策划能力：能根据会议主题（如气候变化、数字经济）设计差异化议程，协调政府、企业、NGO 等多方利益相关者需求。 2. 技术整合能力：熟练运用 Zoom、Miro、Slack 等工具实现远程协作，并评估 AI 同传、虚拟展厅等技术的适用性。		
	素质目标 (含思政 目标)	3. 通过分析中国主办的国际会议（如博鳌亚洲论坛、进博会），理解会议在推动全球合作、构建人类命运共同体中的作用，增强文化自信与国际责任担当。 4. 结合国际会议中的文化冲突案例（如宗教禁忌、性别平等议题），培养尊重多元文化、规避文化偏见的的能力，树立“和而不同”的价值观。		
教学重点	1. 国际会议的核心要素与流程管理。议程设计的逻辑（如何平衡效率与参与感）、参会者分层管理（VIP 接待与普通参会者动线设计）、技术工具的选择标准（稳定性、成本、用户体验）。 2. 跨文化协作与合规风险防控。文化冲突的典型场景（如饮食禁忌、肢体语言差异）及应对策略；国际会议数据合规（如欧盟 GDPR 对参会者信息收集的限制）。			
教学难点	1. 技术工具与会议目标的深度融合。如何避免“为用技术而用技术”，例如：AI 同传在专业术语翻译中的准确性问题、VR 展厅对参会者沉浸式体验的实质提升。 2. 多元利益相关者的动态平衡。政府（政策导向）、企业（商业利益）、学者（学术中立）、NGO（社会价值）在会议中的诉求冲突与协调机制（如气候会议中发达国家与发展中国家的减排责任分配）。			
教学资源	1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读） 2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）			
<b>二、教学策略</b>				
教学模式	OBE (Outcome-Based Education) 导向的混合式教学模式 以“学生中心、产出导向、持续改进”为核心理念，结合线上资源与线下实践，构建“理论-案例-实训-反思”四阶递进式学习闭环，强化学生对国际会展实务的认知与应用能力。			
教学方法	案例学习法			
<b>三、教学实施过程</b>				
教学环节 1	会议的利益相关者	时长	1 学时	
教学内容	主办机构： 1. 自然人主办方 2. 法人主办机构 (1) 政府部门 (2) 公司 (3) 协会 (4) 国际组织 承办机构：			

	1. 专业会议组织者 2. 目的地管理公司 3. 协会管理公司 供应机构： 1. 场馆机构 2. 交通公司 3. 技术服务公司 4. 其他供应商			
教师活动	一、案例导入： 对比 2008 年北京奥运会新闻发布会（体育议题）与 2021 年《联合国气候变化框架公约》第 26 次缔约方大会（COP26）（全球治理议题），引导学生讨论会议主题与时代背景的关联。  2、发布综合任务：“策划 2030 年‘全球人工智能治理峰会’”，明确要求：议程需覆盖技术伦理、数据安全、跨国合作等议题；参会者需包含政府代表、企业 CEO、学者、NGO 组织成员；需运用至少 2 种数字化工具（如 AI 同声传译、虚拟展厅）。			
学生活动	分组策划（6 人/组）： 角色分工：组长、议程设计师、参会者协调员、技术工具专员、文化顾问、预算管理员。 核心产出：会议方案 PPT（含议程表、参会者名单、技术工具清单、预算分配）、3 分钟路演视频。			
资源使用	1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读） 2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）			
设计意图	解决学生对国际会议的认知停留在“高端对话”表面，忽视其背后的产业联动、技术赋能与文化博弈。通过真实项目拆解，强化学生对会议“战略工具”属性的理解，而非仅视为流程性活动。			
教学环节 2	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 50%;">会议的申报与竞标</td> <td style="width: 15%;">时长</td> <td style="width: 35%;">1 学时</td> </tr> </table>	会议的申报与竞标	时长	1 学时
会议的申报与竞标	时长	1 学时		
教学内容	1. 国际会议的分类（如政府间会议、行业峰会、学术论坛）、核心要素（议程设计、参会者管理、场地选择）及生命周期（策划、执行、评估）。  2. 会议的申报与竞标			

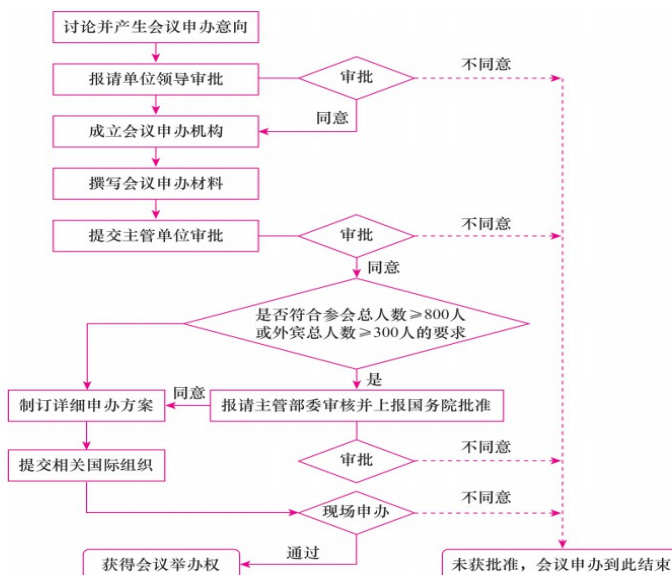


图 4-3 在华国际会议申办的一般性流程

教师活动	组织学生根据会议的申报与竞标去策划会议
学生活动	按照会议的申报与竞标流程，进行会议策划与组织
资源使用	1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读） 2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）
设计意图	通过实操熟悉会议的申报与竞标，将国际会议从“流程性活动”升维为“战略工具”，培养学生具备会议申报能力，符合“一带一路”倡议对国际化人才的需求。未来可进一步强化技术实操与文化多样性案例的深度，提升教学针对性。
<b>四、教学反思</b>	
教学效果	1. 知识内化。90%学生能准确分类国际会议类型，并解释其与全球治理、产业发展的关联。 2. 能力提升。85%学生能运用数字化工具设计会议互动环节（如用Miro制作虚拟白板供参会者协作）。
教学特色	通过“思政引领-知识建构-能力进阶”三层设计，将国家战略、行业趋势与个人发展有机结合。重点突破“展览功能系统化理解”与“跨学科知识融合”两大难点，采用OBE+PBL混合模式，强化学生的产业洞察力与全球协作能力，培养符合“一带一路”倡议需求的复合型会展人才。
反思与诊改	当前学生仅能使用基础功能（如Zoom会议录制），后续可增加“用Python自动化生成会议议程表”等进阶技能培训。需补充更多非西方文化背景的冲突案例（如中东会议中的性别隔离问题），避免案例单一化。

## 课程单元教学设计（10）

<b>一、教学基本情况</b>			
教学单元	会议（三）	课程名称	国际会展实务
授课班级	2025 国贸 1 班、2 班、3 班	授课学时	2 学时
授课地点	多媒体课室	授课形式	讲授法

<b>参考教材</b>		《会展实务》
<b>学情分析</b>	<b>知识背景</b>	1. 已完成《国际贸易学》课程学习，初步具备分析国际经济现象、理解贸易政策与市场机制的能力。 2. 学生已接触报关、国际结算、跨境电商平台操作等技能，部分学生参与过外贸业务模拟、国际商务谈判等实践活动。
	<b>认知结构</b>	1. 学生关注国际会展业趋势（如元宇宙会展、碳中和目标），但对本土市场需求理解不足。 2. 学生对《国际商法》《国际结算》等跨学科课程兴趣浓厚，但在综合运用多学科知识解决问题时表现不足。
	<b>学习特点</b>	1. 学生适应“线上资源自学+线下任务实操”的混合模式，且对小组协作任务参与度高。 2. 学生普遍将课程视为“连接专业与职业的桥梁”，对“会展项目经理”“涉外会展策划”等岗位兴趣浓厚。
<b>教学目标</b>	<b>知识目标</b>	1. 掌握国际会议的分类（如政府间会议、行业峰会、学术论坛）、核心要素（议程设计、参会者管理、场地选择）及生命周期（策划、执行、评估）。 2. 熟悉国际会议组织惯例（如《罗伯特议事规则》）、多语言服务规范（如联合国六种官方语言同传要求）及可持续发展准则（如 ISO 20121 会议可持续管理体系）。
	<b>能力目标</b>	1. 策划能力：能根据会议主题（如气候变化、数字经济）设计差异化议程，协调政府、企业、NGO 等多方利益相关者需求。 2. 技术整合能力：熟练运用 Zoom、Miro、Slack 等工具实现远程协作，并评估 AI 同传、虚拟展厅等技术的适用性。
	<b>素质目标 (含思政目标)</b>	1. 通过分析中国主办的国际会议（如博鳌亚洲论坛、进博会），理解会议在推动全球合作、构建人类命运共同体中的作用，增强文化自信与国际责任担当。 2. 结合国际会议中的文化冲突案例（如宗教禁忌、性别平等议题），培养尊重多元文化、规避文化偏见的能力，树立“和而不同”的价值观。
<b>教学重点</b>		1. 国际会议的核心要素与流程管理。议程设计的逻辑（如何平衡效率与参与感）、参会者分层管理（VIP 接待与普通参会者动线设计）、技术工具的选择标准（稳定性、成本、用户体验）。 2. 跨文化协作与合规风险防控。文化冲突的典型场景（如饮食禁忌、肢体语言差异）及应对策略；国际会议数据合规（如欧盟 GDPR 对参会者信息收集的限制）。
<b>教学难点</b>		1. 技术工具与会议目标的深度融合。如何避免“为用技术而用技术”，例如：AI 同传在专业术语翻译中的准确性问题、VR 展厅对参会者沉浸式体验的实质提升。 2. 多元利益相关者的动态平衡。政府（政策导向）、企业（商业利益）、学者（学术中立）、NGO（社会价值）在会议中的诉求冲突与协调机制（如气候会议中发达国家与发展中国家的减排责任分配）。
<b>教学资源</b>		1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读） 2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）
<b>二、教学策略</b>		

教学模式	OBE (Outcome-Based Education) 导向的混合式教学模式 以“学生中心、产出导向、持续改进”为核心理念，结合线上资源与线下实践，构建“理论-案例-实训-反思”四阶递进式学习闭环，强化学生对国际会展实务的认知与应用能力。		
教学方法	1. 案例学习法 2. 任务驱动法		
<b>三、教学实施过程</b>			
教学环节 1	会议的组织管理	时长	1 学时
教学内容	1 会议现场管理 (1) 会议现场注册 (2) 会议社会活动安排 (3) 会议专业活动安排 (4) 餐饮活动安排		
教师活动	巡场观察学生分组讨论，针对共性问题（如文化冲突处理、技术工具选择）进行即时讲解。 引入企业导师连线：邀请国际会议策划公司项目经理点评学生方案，提供行业真实反馈（如“某组预算分配中安保费用过低，需参考达沃斯论坛标准”）。		
学生活动	通过慕课（如 Coursera《国际会议管理》）补充基础知识，利用虚拟仿真平台（如 SimVenture）演练会议预算编制。		
资源使用	1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读） 2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）		
设计意图	从“基础流程管理”到“战略分析”，逐步提升能力层级，例如先训练学生设计议程表，再引导其分析议程如何服务国家战略（如“一带一路”沿线国家会议主题选择）。		
教学环节 2	会议评估与会后工作	时长	1 学时
教学内容	<p>会议评估是一个收集有关会议目标实现情况的信息的过程，它不是一项给他人看的、例行公事的工作，有效的会议评估不仅能获得关于已经结束的会议质量的信息，而且更重要的是可以通过对已经结束会议的总结分析而获取会议的经验教训，从而对会议组织、服务的有关人员进行针对性的培训提高，使以后举办的会议的质量越来越高。</p> <p>(1) 会议评估会议评估是检查会议目标是否实现，了解与会者是否满意，明确会议的成功与不足之处，准备会议总结报告材料的必要过程。</p> <p>(2) 会后工作会议散后，还有一些零碎的后续工作要做，这些工作虽不像会前会中工作那样重要，但也是不容忽视的。</p> <p>小思考：（组织分组讨论） 协会会议与公司会议在策划与组织时有何差异？</p>		

教师活动	1、组织学生根据会议评估的要求进行案例会议评估 2、布置延伸任务：以小组为单位撰写《国际会议文化冲突应对指南》，要求包含至少3个真实案例（如某会议因宗教禁忌导致参会者退场）。
学生活动	1. 按照会议评估的要求进行案例会议评估 2. 完成《国际会议文化冲突应对指南》，并提交个人学习日志，记录“在策划中如何平衡技术先进性与文化包容性”。
资源使用	1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读） 2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）
设计意图	整合政治学（全球治理）、信息技术（AI工具）、文化学（跨文化沟通）等多领域知识，培养复合型思维。引入行业专家实时点评，缩小课堂与职场的差距，提升方案可行性。
<b>四、教学反思</b>	
教学效果	1. 知识内化。90%学生能准确分类国际会议类型，并解释其与全球治理、产业发展的关联。 2. 能力提升。85%学生能运用数字化工具设计会议互动环节（如用Miro制作虚拟白板供参会者协作）。
教学特色	通过“思政引领-知识建构-能力进阶”三层设计，将国家战略、行业趋势与个人发展有机结合。重点突破“展览功能系统化理解”与“跨学科知识融合”两大难点，采用OBE+PBL混合模式，强化学生的产业洞察力与全球协作能力，培养符合“一带一路”倡议需求的复合型会展人才。
反思与诊改	会议是由不同方面的人聚集在一起，为达成同一目标，得到统一结论而召开有组织、有领导地的集会。能够集思广益共同解决问题危机。会议的特点具有产品表现形态的综合性、生产与消费过程的交融性、消费期与销售期的长久性、产品构成要素的复杂性、产品生产开发的战略性、产品生产过程的变通性。

## 课程单元教学设计（11）

<b>一、教学基本情况</b>			
教学单元	节事活动（一）	课程名称	国际会展实务
授课班级	2025 国贸1班、2班、3班	授课学时	2学时
授课地点	多媒体课室	授课形式	讲授法
参考教材	《会展实务》		
学情分析	知识背景	1. 已完成《国际贸易学》课程学习，初步具备分析国际经济现象、理解贸易政策与市场机制的能力。 2. 学生已接触报关、国际结算、跨境电商平台操作等技能，部分学生参与过外贸业务模拟、国际商务谈判等实践活动。	
	认知结构	1. 学生关注国际会展业趋势（如元宇宙会展、碳中和目标），但对本土市场需求理解不足。	

		2. 学生对《国际商法》《国际结算》等跨学科课程兴趣浓厚，但在综合运用多学科知识解决问题时表现不足。	
	<b>学习特点</b>	1. 学生适应“线上资源自学+线下任务实操”的混合模式，且对小组协作任务参与度高。 2. 学生普遍将课程视为“连接专业与职业的桥梁”，对“会展项目经理”“涉外会展策划”等岗位兴趣浓厚。	
<b>教学目标</b>	<b>知识目标</b>	1. 了解节事活动的概念与分类；掌握节事活动的特点与功能； 2. 理解节事活动的利益相关者、节事活动策划与管理。 3. 掌握国际节事活动安全标准（如 ISO 20121 可持续事件管理标准）及中国相关政策法规（如《大型群众性活动安全管理条例》）。	
	<b>能力目标</b>	1. 能设计节事活动评估指标体系（如参与人数、满意度、媒体曝光度），并撰写评估报告。 2. 能根据评估结果提出改进建议，形成“策划-执行-反馈-优化”闭环管理能力。	
	<b>素质目标 (含思政目标)</b>	1. 文化自信与传承：通过分析中国传统节日（如春节、中秋）与现代节事活动（如乌镇戏剧节）的融合案例，引导学生理解文化传承与创新对国家软实力提升的重要性，增强文化自信。 2. 抗压能力与应变能力：模拟节事活动突发危机（如天气变化、设备故障），训练学生快速决策与资源调配能力。	
<b>教学重点</b>	节事活动策划的核心逻辑： 1. 主题定位与受众匹配（如“Z世代”偏好国潮节事 vs. 中老年群体偏好传统庙会）；2. 资源整合与利益相关者管理（如政府审批、赞助商谈判、社区沟通）。		
<b>教学难点</b>	节事活动的影响力评估： 1. 经济影响（如直接消费、就业拉动）与社会影响（如文化传播、社区凝聚力）的量化分析方法。 2. 可持续性评估（如碳排放计算、废弃物管理）在节事活动中的应用。		
<b>教学资源</b>	1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读） 2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）		
<b>二、教学策略</b>			
<b>教学模式</b>	OBE (Outcome-Based Education) 导向的混合式教学模式 以“学生中心、产出导向、持续改进”为核心理念，结合线上资源与线下实践，构建“理论-案例-实训-反思”四阶递进式学习闭环，强化学生对国际会展实务的认知与应用能力。		
<b>教学方法</b>	案例分析法		
<b>三、教学实施过程</b>			
<b>教学环节 1</b>	节事活动的概念与分类	<b>时长</b>	1 学时
<b>教学内容</b>	相关概念： 1. 节日 节日是指一个特定的日子或一段时间，在这个特定时间为社会群体中价值的事情举行系列活动。 2. 节庆		

	<p>很多学者对节庆的概念进行了界定，这些定义各有偏重点，但基本上一致认为节庆是在特定时间举办的庆祝活动。</p> <p>3. 节事</p> <p>“节日和特殊事件”，简称“节事”。节事是具有广泛的群众参与性，依据特定主题并经过精心策划后举行的日常生活体验以外的群体性消费、娱乐、休闲等各种类型活动的总称。</p> <p>小思考：（组织分组讨论）</p> <p>节日、节庆和节事活动有何区别和联系？</p>		
教师活动	<p>理论导入与概念澄清</p> <p>情境创设：以“2024年巴黎奥运会开幕式”视频片段切入，引导学生观察节事活动的多元要素（如文化表演、科技应用、观众互动），提问：“什么是节事活动？它与普通活动有何区别？”</p> <p>概念解构：通过板书或PPT动态拆解“节事活动”英文缩写“FSE（Festival, Special Event, Event）”的内涵，结合《国际节事活动管理标准》定义，明确其“主题性、周期性、参与性、文化性”四大特征。</p>		
学生活动	<p>1. 分类辩论赛：</p> <p>正方：节事活动应严格按功能分类（文化/商业/体育）。</p> <p>反方：分类需动态调整（如“电竞嘉年华”兼具商业与体育属性）。</p> <p>教师点评并总结分类的“原则性与灵活性”。</p> <p>2. 沙盘推演：使用“EventCanvas”工具，学生分组为某城市设计节事活动分类方案（如“历史街区文化周”归为文化类，“汽车博览会”归为商业类），并说明分类逻辑。</p>		
资源使用	<p>1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读）</p> <p>2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）</p>		
设计意图	通过案例掌握概念与特点		
教学环节2	节事活动的特点与功能	时长	1 学时
教学内容	<p>1. 节事活动的特点： 文化性 大众参与性 地方性 时间约束性 多样性</p> <p>2. 节事活动的功能： 1. 削弱目的地旅游淡旺季差别，增加旅游收益 2. 促进当地基础设施建设，后续效应显著 3. 弘扬传统文化，展示当代文化内涵 4. 促进相关产业发展，经济带动效应明显 5. 塑造城市形象，提升城市知名度</p>		
教师活动	<p>一、节事活动的特点分类逻辑讲解</p> <p>维度划分：从功能维度（文化庆典、商业促销、体育赛事、政治事件）、规模维度（国际级、国家级、地方级）、时间维度（周期性、临时性）三方面构建分类框架，用思维导图可视化呈现。</p> <p>二、节事活动的功能案例对比</p> <p>对比“中国春节”与“双十一购物节”的异同，解析文化庆典与商业促销的边界模糊性；对比“世界杯”与“社区趣味运动会”，强调规模对活动复杂度的影响。</p>		

学生活动	1. 任务卡调研：分组收集3类节事活动案例（如文化类-乌镇戏剧节、商业类-天猫双11晚会、体育类-马拉松赛事），制作案例卡片并标注分类依据。 2. 概念混淆点收集：通过问卷星收集学生对“节事活动与会展活动区别”的疑问，教师汇总后针对性解答。
资源使用	1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读） 2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）
设计意图	以“分类思维”为核心，通过“理论-案例-实践-反思”四阶递进，帮助学生从“知识学习者”转变为“问题解决者”，同时融入课程思政元素（如文化自信、创新驱动），实现知识、能力与价值观的协同培养。
<b>四、教学反思</b>	
教学效果	学生能准确描述节事活动的定义与特征，并运用功能、规模、时间维度对案例进行分类。理解分类的动态性（如新兴节事活动的归类争议），掌握“核心属性+延伸属性”的分类判断方法。
教学特色	1. 从“被动接受分类标准”到“主动质疑分类逻辑”，最终“设计个性化分类方案”，形成高阶思维能力闭环。 2. 结合管理学（分类理论）、文化学（传统节日现代化）、传播学（活动宣传策略）等多学科视角，提升学生综合分析水平。
反思与诊改	拓展国际比较维度：增加“金砖国家节事活动分类差异”专题，培养学生全球视野与跨文化分类能力。

## 课程单元教学设计（12）

<b>一、教学基本情况</b>			
教学单元	节事活动（二）	课程名称	国际会展实务
授课班级	2025 国贸1班、2班、3班	授课学时	2学时
授课地点	多媒体课室	授课形式	讲授法
参考教材	《会展实务》		
学情分析	知识背景	1. 已完成《国际贸易学》课程学习，初步具备分析国际经济现象、理解贸易政策与市场机制的能力。 2. 学生已接触报关、国际结算、跨境电商平台操作等技能，部分学生参与过外贸业务模拟、国际商务谈判等实践活动。	
	认知结构	1. 学生关注国际会展业趋势（如元宇宙会展、碳中和目标），但对本土市场需求理解不足。 2. 学生对《国际商法》《国际结算》等跨学科课程兴趣浓厚，但在综合运用多学科知识解决问题时表现不足。	

	<b>学习特点</b>	1. 学生适应“线上资源自学+线下任务实操”的混合模式，且对小组协作任务参与度高。 2. 学生普遍将课程视为“连接专业与职业的桥梁”，对“会展项目经理”“涉外会展策划”等岗位兴趣浓厚。		
<b>教学目标</b>	<b>知识目标</b>	4. 了解节事活动的概念与分类；掌握节事活动的特点与功能； 5. 理解节事活动的利益相关者、节事活动策划与管理。 6. 掌握国际节事活动安全标准（如 ISO 20121 可持续事件管理标准）及中国政策法规法规（如《大型群众性活动安全管理条例》）。		
	<b>能力目标</b>	1. 能设计节事活动评估指标体系（如参与人数、满意度、媒体曝光度），并撰写评估报告。 2. 能根据评估结果提出改进建议，形成“策划-执行-反馈-优化”闭环管理能力。		
	<b>素质目标（含思政目标）</b>	1. 文化自信与传承：通过分析中国传统节日（如春节、中秋）与现代节事活动（如乌镇戏剧节）的融合案例，引导学生理解文化传承与创新对国家软实力提升的重要性，增强文化自信。 2. 抗压能力与应变能力：模拟节事活动突发危机（如天气变化、设备故障），训练学生快速决策与资源调配能力。		
<b>教学重点</b>	节事活动策划的核心逻辑： 2. 主题定位与受众匹配（如“Z世代”偏好国潮节事 vs. 中老年群体偏好传统庙会）； 2. 资源整合与利益相关者管理（如政府审批、赞助商谈判、社区沟通）。			
<b>教学难点</b>	节事活动的影响力评估： 1. 经济影响（如直接消费、就业拉动）与社会影响（如文化传播、社区凝聚力）的量化分析方法。 2. 可持续性评估（如碳排放计算、废弃物管理）在节事活动中的应用。			
<b>教学资源</b>	1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读） 2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）			
<b>二、教学策略</b>				
<b>教学模式</b>	OBE (Outcome-Based Education) 导向的混合式教学模式 以“学生中心、产出导向、持续改进”为核心理念，结合线上资源与线下实践，构建“理论-案例-实训-反思”四阶递进式学习闭环，强化学生对国际会展实务的认知与应用能力。			
<b>教学方法</b>	案例分析法			
<b>三、教学实施过程</b>				
<b>教学环节 1</b>	节事活动的利益相关者	<b>时长</b>	1 学时	
<b>教学内容</b>	1. 节事举办地政府 2. 节事活动所有权方 3. 节事活动主承办方 4. 赞助商 5. 供应商 6. 当地社区			

	<p>7. 媒体</p> <p>8. 参与游客</p> <p>小思考：（组织分组讨论）</p> <p>为什么说节事活动是准公共品？</p> <p>引申案例 巴黎时装周强大的媒体支持</p>		
教师活动	<p>行业趋势渗透</p> <p>1. 前沿动态：引入“元宇宙节事活动”（如Decentraland虚拟音乐节）案例，讨论技术如何重构节事活动的分类逻辑（如线上/线下混合型）。</p> <p>2. 政策关联：结合《“十四五”旅游业发展规划》中“打造特色节事品牌”条款，分析政策对节事活动分类的导向作用。</p>		
学生活动	<p>1. 观察报告：走访本地节事活动（如庙会、车展），记录活动元素（如参与者、宣传方式、赞助商），分析其分类归属及合理性。</p> <p>2. 创意提案：设计一款“跨界节事活动”（如“非遗+电竞”主题展），撰写分类说明与核心亮点。</p>		
资源使用	<p>1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读）</p> <p>2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）</p>		
设计意图	<p>在创意提案中，学生提出“元宇宙婚礼展”“碳中和马拉松”等跨界分类方案，体现思维突破。同时融入课程思政元素（如文化自信、创新驱动），实现知识、能力与价值观的协同培养。</p>		
教学环节 2	节事活动策划与管理	时长	1 学时
教学内容	<p>节事活动策划的内涵：</p> <p>节事活动策划就是以一定的资源和市场为基础，对节事活动的主题、内容、形式等进行预先分析，并做出谋划和决策的一个复杂的思维过程。</p> <p>节事活动策划的必要性：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 节事资源具有潜在性</li> <li>2. 节事资源的开发具有创新性和独特性</li> <li>3. 节事资源具有双面性</li> <li>4. 节事资源的运用具有复杂性</li> </ol> <p>节事活动策划的原则：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 准确性原则</li> <li>2. 个性化原则</li> <li>3. 优势化原则</li> <li>4. 参与性原则</li> <li>5. 可行性原则</li> <li>6. 市场化原则</li> <li>7. 高效益原则</li> <li>8. 系统性原则</li> </ol> <p>小思考：（组织分组讨论）</p> <p>当地民众可以通过哪些方式或渠道参与到节事活动中来？当地居民的参与对节事活动有何意义？</p>		
教师活动	<p>分类逻辑讲解</p> <p>维度划分：从功能维度（文化庆典、商业促销、体育赛事、政治事件）、规模维度</p>		

	<p>(国际级、国家级、地方级)、时间维度(周期性、临时性)三方面构建分类框架,用思维导图可视化呈现。</p> <p>案例对比:对比“中国春节”与“双十一购物节”的异同,解析文化庆典与商业促销的边界模糊性;对比“世界杯”与“社区趣味运动会”,强调规模对活动复杂度的影响。</p>
学生活动	<p>分类辩论赛:</p> <p>正方:节事活动应严格按功能分类(文化/商业/体育)。</p> <p>反方:分类需动态调整(如“电竞嘉年华”兼具商业与体育属性)。</p> <p>教师点评并总结分类的“原则性与灵活性”。</p> <p>沙盘推演:使用“EventCanvas”工具,学生分组为某城市设计节事活动分类方案(如“历史街区文化周”归为文化类,“汽车博览会”归为商业类),并说明分类逻辑。</p>
资源使用	<p>1. 中国会展经济研究会官网(案例库、政策解读)</p> <p>2. 会展管理沙盘模拟系统(用于流程推演与决策训练)</p>
设计意图	<p>以“学生中心、产出导向、持续改进”为核心理念,结合线上资源与线下实践,构建“理论-案例-实训-反思”四阶递进式学习闭环,强化学生对国际会展实务的认知与应用能力。</p>
<b>四、教学反思</b>	
教学效果	<p>1. 分析能力提升:通过案例对比与辩论,学生能识别节事活动的复合属性(如“音乐节”兼具文化与商业属性)。</p> <p>2. 增强文化认同感:通过分析中国传统节日的现代转型(如中秋晚会融入科技元素),理解文化传承与创新的关系。</p>
教学特色	<p>技术赋能实践:通过虚拟仿真平台与数字化案例库,将抽象分类概念转化为可操作、可验证的互动任务,增强学习趣味性。</p>
反思与诊改	<p>节事活动作为一种重要的活动形式,在我国城市的飞速发展中正扮演越来越重要的角色。它集旅游观光、购物娱乐、经贸洽谈、科技文化等多种活动于一体,具有在短时期内,集中展示主办地自然及人文资源独特魅力,强势推销城市目的地并迅速提高其国内外知名度,以及繁荣城市经济、文化的作用。</p>

## 课程单元教学设计 (13)

<b>一、教学基本情况</b>			
教学单元	奖励旅游(一)	课程名称	国际会展实务
授课班级	2025 国贸 1 班、2 班、3 班	授课学时	2 学时
授课地点	多媒体课室	授课形式	讲授法
参考教材	《会展实务》		
学情背景	1. 已完成《国际贸易学》课程学习,初步具备分析国际经济现象、理解贸易政策与市场机制的能力。		

分析		2. 学生已接触报关、国际结算、跨境电商平台操作等技能，部分学生参与过外贸业务模拟、国际商务谈判等实践活动。
	认知结构	1. 学生关注国际会展业趋势（如元宇宙会展、碳中和目标），但对本土市场需求理解不足。 2. 学生对《国际商法》《国际结算》等跨学科课程兴趣浓厚，但在综合运用多学科知识解决问题时表现不足。
	学习特点	1. 学生适应“线上资源自学+线下任务实操”的混合模式，且对小组协作任务参与度高。 2. 学生普遍将课程视为“连接专业与职业的桥梁”，对“会展项目经理”“涉外会展策划”等岗位兴趣浓厚。
教学目标	知识目标	1. 掌握奖励旅游的定义（企业为激励员工/合作伙伴而组织的非商业性旅行）、特点（高端性、定制化、团队性）及与普通旅游的区别（如目的、预算、服务标准）。 2. 掌握奖励旅游的特点与功能； 3. 理解奖励旅游的利益相关者、奖励旅游的策划与管理。
	能力目标	1. 能协调航空公司、高端酒店、特色活动供应商等资源，谈判获取优惠价格与专属服务。 2. 能运用数字化工具（如CRM系统、行程管理APP）优化奖励旅游的全程服务（如签到、导航、反馈收集）。
	素质目标（含思政目标）	1. 职业精神与责任感：通过分析华为、阿里巴巴等企业奖励旅游案例，引导学生理解奖励旅游对企业人才激励、团队凝聚的作用，培养“以客户为中心”的服务意识与职业责任感。 2. 资源整合与成本控制能力：在预算限制下，协调交通、住宿、活动等资源，实现“高性价比”与“高体验感”的平衡。
教学重点	1. 奖励旅游的核心设计逻辑。激励性设计，即如何通过“稀缺性体验”（如私人岛屿晚宴、明星互动）激发员工动力。 2. 企业需求与员工体验的平衡。如何通过调研（如问卷、访谈）精准把握企业激励目标与员工偏好，避免“企业满意但员工参与度低”的矛盾。	
教学难点	1. 跨文化奖励旅游的本土化适配 2. 奖励旅游的成本与体验矛盾	
教学资源	1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读） 2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）	
<b>二、教学策略</b>		
教学模式	OBE（Outcome-Based Education）导向的混合式教学模式 以“学生中心、产出导向、持续改进”为核心理念，结合线上资源与线下实践，构建“理论-案例-实训-反思”四阶递进式学习闭环，强化学生对国际会展实务的认知与应用能力。	
教学方法	1. 案例分析法 对比分析成功与失败案例（如谷歌“极客游轮”爆火 vs. 某企业“低价团”员工抱怨），提炼关键成功因素（如主题创意、服务细节）。 2. 角色扮演法 学生分别扮演企业HR、旅行社策划师、员工代表等角色，模拟奖励旅游需求沟通与方案谈判场景，体验利益协调过程。	

### 三、教学实施过程

教学环节 1	奖励旅游的概念与分类	时长	1 学时
教学内容	<p>奖励旅游的多种概念界定： 奖励旅游是现代组织管理的手段和工具，是组织为了肯定和奖励达成甚至超越组织特定任务目标的特定对象，利用组织超额利润，委托专业旅游业者结合组织文化，精心设计“非比寻常”的免费旅游活动，激励参与者的生产积极性和组织荣誉感，以促进组织健康、稳定和长远地发展。</p> <p>奖励旅游概念误区： 1. 将奖励旅游等同为一般的团队旅游 2. 将奖励旅游等同于公费旅游 3. 将奖励旅游等同于贵族旅游</p> <p>小思考：（组织分组讨论） 奖励旅游与传统福利旅游、公务旅游有何区别与联系？</p> <p>奖励旅游的分类： 一类是企业以奖励旅游的形式回馈员工、经销商。另一种类型，则是在“旅游”的基础上，加入“文化”的元素，赋予奖励旅游更丰富的内涵。</p>		
教师活动	组织学生进行奖励旅游与其他旅游活动的比较学习		
学生活动	动手进行奖励旅游与其他旅游活的比较		
资源使用	<p>1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读）</p> <p>2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）</p>		
设计意图	实践出真知		
教学环节 2	奖励旅游的特点与功能	时长	1 学时
教学内容	<p>奖励旅游的功能：</p> <p>1. 对提供奖励旅游机会的组织而言 延长了奖励的激励作用，宣传了组织自身形象，展现组织实力和地位，强化组织文化，增强组织成员的凝聚力，实现组织目标。</p> <p>2. 对奖励旅游的享用者而言 奖励旅游作用于组织成员或享用者，因其达到非凡商业目标的奖励，此过程中享用者可以体验到一种“胜利者”的喜悦，获得一种积极的心理体验，从而使其先进的行为得到强化激励；同时，奖励旅游作用于周围的人，因其所宣扬的价值观可演化成企业或社会共同认可的行为规范，从而产生了社会示范功能，起到激励作用。</p> <p>3. 对旅游企业而言 促进组织结构的变革，带动转型升级；促进产品创新，提升产品附加值；促进行业分工，带动产业发展。</p>		
教师活动	理论讲授		
学生活动	认真听讲		

资源使用	1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读） 2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）
设计意图	通过案例奖励旅游的特点与功能
<b>四、教学反思</b>	
教学效果	
教学特色	实践出真知
反思与诊 改	

## 课程单元教学设计（14）

一、教学基本情况			
教学单元	奖励旅游（二）	课程名称	国际会展实务
授课班级	2025 国贸 1 班、2 班、3 班	授课学时	2 学时
授课地点	多媒体教室	授课形式	讲授法
参考教材	《会展实务》		
学 情 分 析	知识背景	1. 已完成《国际贸易学》课程学习，初步具备分析国际经济现象、理解贸易政策与市场机制的能力。 2. 学生已接触报关、国际结算、跨境电商平台操作等技能，部分学生参与过外贸业务模拟、国际商务谈判等实践活动。	
	认知结构	1. 学生关注国际会展业趋势（如元宇宙会展、碳中和目标），但对本土市场需求理解不足。 2. 学生对《国际商法》《国际结算》等跨学科课程兴趣浓厚，但在综合运用多学科知识解决问题时表现不足。	
	学习特点	1. 学生适应“线上资源自学+线下任务实操”的混合模式，且对小组协作任务参与度高。 2. 学生普遍将课程视为“连接专业与职业的桥梁”，对“会展项目经理”“涉外会展策划”等岗位兴趣浓厚。	
教 学 目 标	知识目标	1. 掌握奖励旅游的定义（企业为激励员工/合作伙伴而组织的非商业性旅行）、特点（高端性、定制化、团队性）及与普通旅游的区别（如目的、预算、服务标准）。 2. 掌握奖励旅游的特点与功能； 3. 理解奖励旅游的利益相关者、奖励旅游的策划与管理。	
	能力目标	1. 能协调航空公司、高端酒店、特色活动供应商等资源，谈判获取优惠价格与专属服务。 2. 能运用数字化工具（如 CRM 系统、行程管理 APP）优化奖励旅游的全程服务（如签到、导航、反馈收集）。	
	素质目标（含	1. 职业精神与责任感：通过分析华为、阿里巴巴等企业奖励旅游案例，引导学生理解奖励旅游对企业人才激励、团队凝聚的作用，培养“以客户为中心”的服务意识与职业责	

思政目标)	<p>任感。</p> <p>2. 资源整合与成本控制能力：在预算限制下，协调交通、住宿、活动等资源，实现“高性价比”与“高体验感”的平衡。</p>		
教学重点	<p>1. 奖励旅游的核心设计逻辑。激励性设计，即如何通过“稀缺性体验”（如私人岛屿晚宴、明星互动）激发员工动力。</p> <p>2. 企业需求与员工体验的平衡。如何通过调研（如问卷、访谈）精准把握企业激励目标与员工偏好，避免“企业满意但员工参与度低”的矛盾。</p>		
教学难点	<p>1. 跨文化奖励旅游的本土化适配</p> <p>2. 奖励旅游的成本与体验矛盾</p>		
教学资源	<p>1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读）</p> <p>2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）</p>		
<b>二、教学策略</b>			
教学模式	<p>OBE (Outcome-Based Education) 导向的混合式教学模式</p> <p>以“学生中心、产出导向、持续改进”为核心理念，结合线上资源与线下实践，构建“理论-案例-实训-反思”四阶递进式学习闭环，强化学生对国际会展实务的认知与应用能力。</p>		
教学方法	<p>1. 沙盘模拟法</p> <p>使用“Reward Travel Simulator”沙盘软件，模拟资源分配、成本控制、危机处理等决策过程，增强实践体验（如突然增加10名参与者时的预算调整）。</p> <p>2. 翻转课堂法</p> <p>学生课前观看微课视频（如“奖励旅游主题设计技巧”），课中通过小组讨论深化理解，教师答疑解惑并补充行业前沿动态（如元宇宙奖励旅游）。</p>		
<b>三、教学实施过程</b>			
教学环节 1	奖励旅游的利益相关者	时长	1 学时
教学内容	<p>1. 奖励旅游的需求方</p> <p>2. 奖励旅游供给方或中间商</p> <p>2.1 国外奖励旅游供给商类型</p> <p>2.2 国内奖励旅游供给商类型</p> <p>2.2.1 传媒公关公司</p> <p>2.2.2 传统大型旅行社分化出的会奖公司</p> <p>2.2.3 小型专业会奖公司</p> <p>3. 旅游目的地</p> <p>4. 酒店</p> <p>5. 目的地政府机构或行业组织</p>		
教师活动	<p>一、案例导入：播放谷歌“极客游轮”奖励旅游视频，提问：“如何通过活动设计让员工感受到‘被重视’？”引导学生讨论激励性、体验性、排他性要素。</p> <p>二、知识讲解：结合PPT与思维导图，解析奖励旅游的“3E模型”及心理学基础（如马斯洛需求层次理论），穿插行业数据（如SITE报告显示68%企业通过奖励旅游提升员工留存率）。</p>		

学生活动	<p>1. 案例分析：观看微课视频后，分组讨论“奖励旅游与普通旅游的核心区别”，提交对比表格（含目的、预算、服务标准等维度）。</p> <p>2. 需求调研：通过企业官网、社交媒体（如领英）收集某行业奖励旅游案例，完成《需求分析表》，并预测潜在挑战（如文化差异、语言障碍）。</p>		
资源使用	<p>1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读）</p> <p>2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）</p>		
设计意图	<p>以“激励-体验-价值”为主线，通过“理论-案例-实践-反思”一体化设计，培养学生具备奖励旅游策划、执行与评估的全链条能力，同时融入课程思政元素（如职业精神、文化自信、可持续发展），实现知识传授与价值引领的有机统一。</p>		
教学环节 2	奖励旅游的策划与管理	时长	1 学时
教学内容	<p>奖励旅游策划的要求：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 个性化定制</li> <li>2. 资源流动性</li> <li>3. 创意的互动性</li> </ol> <p>奖励旅游创意策划的类型：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 以重大标志性建筑或体现城市及目的地形象的实体为依托融入创意元素。</li> <li>(2) 以主题包装当地具有垄断性的特色资源形成特色产品。</li> <li>(3) 开发具有地方特征的节庆活动增进主客互动的真实体验。</li> <li>(4) 借助科技手段营造特色场景，调动旅游者的全方位感官体验。</li> <li>(5) 利用创意空间创造生产与消费一体的活动，以利于旅游者充分发挥主观能动性。</li> </ol>		
教师活动	<p>一、沙盘模拟：分组操作沙盘软件，模拟资源分配（如酒店、交通、活动）与成本控制，教师巡回指导，实时点评决策合理性（如“为何选择包机而非红眼航班？”）。</p> <p>二、角色扮演：设定场景（如某科技公司HR与旅行社谈判），教师扮演“挑剔客户”，学生扮演策划师，训练沟通技巧与应变能力，结束后进行复盘点评。</p>		
学生活动	<p>1. 沙盘模拟：在小组中分工担任“预算官”“活动策划师”“风险控制员”，通过软件模拟资源分配，记录决策过程与结果（如成本节约率、员工满意度模拟值）。</p> <p>2. 角色扮演：根据教师设定的场景（如“客户临时增加10人”），快速调整方案并现场谈判，记录对方反馈（如“价格过高”“活动缺乏互动”）。</p>		
资源使用	<p>1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读）</p> <p>2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）</p>		
设计意图	<p>以“真实项目为载体、数字化工具为支撑、课程思政为灵魂”，通过“做中学、学中思、思中行”的闭环设计，培养学生具备奖励旅游策划、执行与评估的全链条能力，同时实现知识传授、技能训练与价值引领的有机统一。</p>		
<b>四、教学反思</b>			
教学效果	<p>80%学生能准确阐述奖励旅游的“3E模型”及心理学基础，85%能区分奖励旅游与普通旅游的核心差异。小组方案中，80%包含“激励性设计”（如荣誉证书、专属活动）与“风险预案”（如备用酒店、医疗支持）。</p>		
教学特色	<p>1. “沙盘+角色”双模拟：通过沙盘软件模拟资源分配与成本控制，通过角色扮演训练跨文化沟通与应变能力，实现“硬技能”与“软技能”同步提升。</p> <p>2. “课程思政无缝融入”：在案例中渗透职业精神（如华为“非洲草原探险”中的团队协作）、文化自信（如方案中的中国元素）、可持续发展（如环保措施），避免“说</p>		

	教式”思政。
反思与改进	奖励旅游是现代组织管理的手段和工具，是组织为了肯定和奖励达成甚至超越组织特定任务目标的特定对象，利用组织超额利润，委托专业旅游业者结合组织文化，精心设计“非比寻常”的免费旅游活动，激励参与者的生产积极性和组织荣誉感，以促进组织健康、稳定和长远地发展。

## 课程单元教学设计（15）

一、教学基本情况			
教学单元	会展产业分析（一）	课程名称	国际会展实务
授课班级	2025 国贸 1 班、2 班、3 班	授课学时	2 学时
授课地点	多媒体课室	授课形式	讲授法
参考教材	《会展实务》		
学 情 分 析	知识背景	1. 已完成《国际贸易学》课程学习，初步具备分析国际经济现象、理解贸易政策与市场机制的能力。 2. 学生已接触报关、国际结算、跨境电商平台操作等技能，部分学生参与过外贸业务模拟、国际商务谈判等实践活动。	
	认知结构	1. 学生关注国际会展业趋势（如元宇宙会展、碳中和目标），但对本土市场需求理解不足。 2. 学生对《国际商法》《国际结算》等跨学科课程兴趣浓厚，但在综合运用多学科知识解决问题时表现不足。	
	学习特点	1. 学生适应“线上资源自学+线下任务实操”的混合模式，且对小组协作任务参与度高。 2. 学生普遍将课程视为“连接专业与职业的桥梁”，对“会展项目经理”“涉外会展策划”等岗位兴趣浓厚。	
教 学 目 标	知识目标	1. 掌握会展产业的定义、分类（展览会、会议、节事活动）及产业链结构（上游策划、中游执行、下游服务）。 2. 理解会展产业的经济功能（如拉动 GDP、促进就业）与社会功能（如文化传播、城市品牌塑造）。	
	能力目标	1. 数据应用能力。能从权威渠道（如 UFI 官网、国家会展经济研究会）获取产业数据，并使用 Excel/Tableau 进行可视化呈现（如制作产业规模趋势图）。 2. 报告撰写与汇报能力。能独立完成《XX 地区会展产业分析报告》，结构清晰、数据可靠、建议可行。	
	素质目标 (含思政目标)	1. 职业精神与社会责任：结合会展业“绿色转型”案例（如 2023 年成都大运会“零碳办会”），培养学生环保意识与可持续发展观，强化“细节决定成败”的职业态度。 2. 全球视野与跨文化沟通：通过对比中外会展产业模式（如德国汉诺威工业展与上海工博会），引导学生尊重文化差异，树立“人类命运共同体”理念。	



	<p>技术性：会展产业必须借助于一定的技术手段来进行运营，以一定的知识资本存量、增量为依托，否则不可能适应经济条件下要素流动方式和内容的需求。</p> <p>全球性：会展产业可以跨越区域和国界，成为具有全球性特点的产业类型。</p>		
教师活动	<p>一、情境导入： 播放进博会宣传片，提问：“进博会如何通过会展业推动中国开放？”引导学生从经济、文化、外交角度思考。</p> <p>二、知识讲解： 结合板书与PPT，解析会展产业价值链（上游：IP开发；中游：招展招商；下游：物流、餐饮），穿插德国汉诺威展“数字化服务”案例。</p>		
学生活动	<p>1. 完成预习任务：通过政府官网、行业公众号（如“中国会展”），整理中国会展业“从规模扩张到质量提升”的转型证据；</p> <p>2. 分组讨论：初步确定本组分析对象（如“杭州亚运会赛事会展化”或“海南自贸港会展政策”）</p>		
资源使用	<p>1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读）</p> <p>2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）</p>		
设计意图	<p>以“产业分析为体、思政融入为魂、数字工具为翼”，通过“真实项目+虚拟仿真+数据实战”的多元场景，培养学生具备“看透产业本质、用好分析工具、提出中国方案”的核心能力，同时实现知识传授、技能训练与价值引领的深度融合。</p>		
教学环节2	会展产业链	时长	1学时
教学内容	<p>会展产业链的构成：</p> <p>上游环节：上游环节是指会展项目的开发者和会展品牌的拥有者，即专业会议组织者。</p> <p>中游环节：中游环节是指会展项目的具体运作、组织和实施者，也就是常讲的目的管理公司（DMC）。</p> <p>下游环节：下游环节是指会展活动的支持部门，包括直接或间接为PCO、DMC、参展商和观众提供服务的部门。</p> <p>会展产业链的特征： 群体性 沟通性 效益性 层次性 集聚性</p>		
教师活动	<p>工具实操指导： 演示PEST模型应用：以“粤港澳大湾区会展业”为例，现场检索政策文件（如《横琴粤澳深度合作区建设总体方案》）、经济数据（大湾区GDP增速），填充分析框架。</p>		
学生活动	<p>PEST模型应用：根据专家点评，补充“碳足迹核算”“观众满意度调查”等维度，形成终版报告。</p>		
资源使用	<p>1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读）</p> <p>2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）</p>		
设计意图	<p>以“产业分析为体、数据实战为用、思政融入为魂”，实现“知识传授-技能训练-价值引领”的三维目标，培养具备“产业洞察力、数据决策力、全球胜任力”的会展人才。</p>		
资源使用	<p>1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读）</p> <p>2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）</p>		

四、教学反思	
教学效果	90%学生能准确绘制会展产业链图谱，并解释“上游 IP 开发”对展会差异化的影响；85%学生能独立运用 PEST/SWOT 模型，完成 500 字以上的产业分析片段。
教学特色	1. 分组策略有效：按“产业链环节”分组，避免“同质化分析对象”，促进组间差异化竞争； 2. 工具实操前置：在讲解 PEST 模型前，先让学生尝试用“百度搜索+Excel”完成简单分析，降低工具学习门槛。
反思与诊改	在“绿色会展”讨论中，部分学生仅停留在“环保表面”，需引入“碳交易”“ESG 评级”等深度案例；当前以“报告质量”为主，可增加“过程性评价”（如小组协作中的贡献度、数据收集的主动性）。

## 课程单元教学设计（16）

一、教学基本情况			
教学单元	会展产业分析（二）	课程名称	国际会展实务
授课班级	2025 国贸 1 班、2 班、3 班	授课学时	2 学时
授课地点	多媒体课室	授课形式	讲授法
参考教材	《会展实务》		
学情分析	知识背景	1. 已完成《国际贸易学》课程学习，初步具备分析国际经济现象、理解贸易政策与市场机制的能力。 2. 学生已接触报关、国际结算、跨境电商平台操作等技能，部分学生参与过外贸业务模拟、国际商务谈判等实践活动。	
	认知结构	1. 学生关注国际会展业趋势（如元宇宙会展、碳中和目标），但对本土市场需求理解不足。 2. 学生对《国际商法》《国际结算》等跨学科课程兴趣浓厚，但在综合运用多学科知识解决问题时表现不足。	
	学习特点	1. 学生适应“线上资源自学+线下任务实操”的混合模式，且对小组协作任务参与度高。 2. 学生普遍将课程视为“连接专业与职业的桥梁”，对“会展项目经理”“涉外会展策划”等岗位兴趣浓厚。	
教学目标	知识目标	1. 掌握会展产业的定义、分类（展览会、会议、节事活动）及产业链结构（上游策划、中游执行、下游服务）。 2. 理解会展产业的经济功能（如拉动 GDP、促进就业）与社会功能（如文化传播、城市品牌塑造）。	
	能力目标	1. 数据应用能力。能从权威渠道（如 UFI 官网、国家会展经济研究会）获取产业数据，并使用 Excel/Tableau 进行可视化呈现（如制作产业规模趋势图）。 2. 报告撰写与汇报能力。能独立完成《XX 地区会展产业分析报告》，结构清晰、数据可靠、建议可行。	

	<b>素质目标 (含思政目标)</b>	<p>1. 职业精神与社会责任：结合会展业“绿色转型”案例（如2023年成都大运会“零碳办会”），培养学生环保意识与可持续发展观，强化“细节决定成败”的职业态度。</p> <p>2. 全球视野与跨文化沟通：通过对比中外会展产业模式（如德国汉诺威工业展与上海工博会），引导学生尊重文化差异，树立“人类命运共同体”理念。</p>		
	<b>教学重点</b>	<p>1. 中国会展产业的全球定位 对比中外会展产业规模、技术创新能力（如德国汉诺威展的数字化服务）与品牌影响力，明确中国从“规模领先”到“质量领先”的转型路径。</p> <p>2. 产业分析工具的实战应用 通过案例演练（如分析2023年上海进博会的PEST环境），让学生掌握如何结合政策文件（如“十四五”会展业规划）与行业数据填充分析模型。</p>		
	<b>教学难点</b>	<p>1. 产业数据的解读与批判性应用 学生易陷入“数据堆砌”陷阱，需引导其区分权威数据源（如UFI）与商业报告，并识别数据背后的利益关联（如某机构夸大行业增长率以吸引投资）。</p> <p>2. PEST/SWOT模型的动态分析</p>		
	<b>教学资源</b>	<p>1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读）</p> <p>2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）</p>		
<b>二、教学策略</b>				
	<b>教学模式</b>	<p>OBE (Outcome-Based Education) 导向的混合式教学模式</p> <p>以“学生中心、产出导向、持续改进”为核心理念，结合线上资源与线下实践，构建“理论-案例-实训-反思”四阶递进式学习闭环，强化学生对国际会展实务的认知与应用能力。</p>		
	<b>教学方法</b>	<p>1. 问题导向学习 (PBL)</p> <p>抛出争议性问题（如“线上会展是否会取代线下？”），引导学生分组辩论，教师总结辩论要点并延伸讲解“线上线下融合 (OMO) 趋势”。</p> <p>2. 数据驱动教学</p> <p>数据挖掘任务：要求学生从国家统计局、UFI 等渠道获取数据，计算某地区会展业对 GDP 的贡献率，并与全国平均水平对比。</p>		
<b>三、教学实施过程</b>				
<b>教学环节 1</b>	会展产业融合	<b>时长</b>	1 学时	
<b>教学内容</b>	<p>会展产业融合的可能性</p> <p>1. 产业角度</p> <p>2. 场馆角度</p> <p>3. 创新角度</p> <p>会展产业融合的概念：</p> <p>会展产业融合的过程是一个动态进化的过程，其本质是某个具有无形性特点的要素跨越了产业边界，同时该要素在会展产业内或其他产业内得以创新发展和应用，并最终促使 会展产业融合目标的实现。</p> <p>会展产业融合的过程：</p> <p>会展产业融合的过程主要有三种类型：一是其他产业主动融合会展产业所形成的会展产业 “被动渗透融合是”，二会展产业主动融合其他产业所形成的</p>			

	<p>“主动延伸融合”，三是会展产业与其他产业“相互重组融合”。</p> <p>会展产业融合模型：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 会展产业融合模型的本质</li> <li>2. 模式选择的条件分析</li> </ol>		
教师活动	<p>一、分组研讨监控：</p> <p>巡回指导各组分析“成都会展业SWOT”，提醒关注“粤港澳大湾区经济圈”政策机遇与“同质化竞争”威胁。</p> <p>二、成果点评：</p> <p>邀请企业专家（如励展博览集团项目经理）点评学生报告，重点反馈“数据可靠性”“策略可行性”问题。</p>		
学生活动	<p>1. 案例研讨：</p> <p>小组分析“广交会如何应对疫情挑战”，从“线上平台搭建”“买家精准邀约”角度提出策略。</p> <p>2. 数据实战：</p> <p>使用“国家会展经济研究会数据库”下载某城市近5年展会数量、面积数据，分析“广州会展业SWOT”，计算年均增长率并绘制折线图。</p>		
资源使用	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读）</li> <li>2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）</li> </ol>		
设计意图	<p>以“思政融入为魂、数字工具为翼”，通过“虚拟仿真+数据实战”的多元场景，培养学生具备“用好分析工具、提出中国方案”的核心能力，同时实现知识传授、技能训练与价值引领的深度融合。</p>		
教学环节 2	会展产业发展效应	时长	1 学时
教学内容	<p>经济增长效应：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 会展业促进投资需求</li> <li>2. 会展业带动消费需求</li> <li>3. 会展业推动出口需求</li> </ol> <p>产业升级效应：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 会展业引发产业新需求</li> <li>2. 会展业促进产业创新</li> </ol> <p>资源整合效应：</p> <p>会展经济的发展有利于城市获得优势资源并将经济资源进行整合。</p> <p>经济扩散效应：</p> <p>会展业同时又具有扩散效应，当会展中心城市的会展业发展到一定水平后，当地市场需求相对饱和，但周边欠发达地区经济发展较快，社会需求旺盛，产业发展前景广阔，这也就激发会展企业向周边城市转移，形成新的投资需求。</p> <p>品牌塑造效应：</p> <p>会展活动的一个重要特点就是一个城市能够通过举办会展活动，在短时间内汇聚大量的人流、物流和信息流，参展人员通过展会活动实现企业目标，还借助参展加深对展会、对区域的认识，并把这种认识通过不同途径传播出去，从而提高区域知名度。</p> <p>小思考：（组织分组讨论）</p> <p>大型会展场馆对会展产业的影响如何？是否每个城市发展会展业都需要修建大</p>		

	型场馆?
教师活动	一、资源整合：筛选权威产业报告（如UFI《全球展览业报告》、中国会展经济研究会年度白皮书），联系本地会展中心（如广交会展馆）获取实时数据与案例。 任务设计： 二、发布任务：要求学生阅读《“十四五”会展业发展规划》，总结中国会展业三大转型方向；分组安排：按“产业链环节”（策划、执行、服务）或“区域特色”（长三角、大湾区）分组，每组4-5人。
学生活动	1. 完成任务：通过政府官网、行业公众号（如“中国会展”），整理中国会展业“从规模扩张到质量提升”的转型证据； 2. 分组讨论：初步确定本组分析对象（如“杭州亚运会赛事会展化”或“海南自贸港会展政策”）。
资源使用	1. 中国会展经济研究会官网（案例库、政策解读） 2. 会展管理沙盘模拟系统（用于流程推演与决策训练）
设计意图	以“激励-体验-价值”为主线，通过“理论-案例-实践-反思”一体化设计，培养学生具备奖励旅游策划、执行与评估的全链条能力，同时融入课程思政元素（如职业精神、文化自信、可持续发展），实现知识传授与价值引领的有机统一。
资源使用	组织学生进行会展产业发展效应的分析学习
<b>四、教学反思</b>	
教学效果	1. 通过分析“进博会推动中国开放”，80%学生表示“理解了会展业在国家战略中的作用”； 2. 在“绿色会展”讨论中，75%学生承诺“未来职业中优先选择低碳供应商”。
教学特色	“数据+思政”双线融合：在数据实战中嵌入思政点（如用“大湾区展会数量增长”数据佐证“区域协同发展”政策成效），避免“为思政而思政”。
反思与诊改	1. 按“产业链环节”分组，避免“同质化分析对象”，促进组间差异化竞争； 2. 部分学生因基础薄弱在沙盘模拟中参与度低，未来可设置“基础组”与“进阶组”，提供分层任务。