**附件4**

**IYB** **课程教学设计赛参赛要求及评分标准**

“改善你的企业” (IYB) 课程教学设计赛重点考察选手对 教材内容的认知理解和深入挖掘能力，对培训原理、方法、技 巧、工具的实践应用能力，以及对视觉教具的设计展示能力等。

**一** **、作品提交内容**

1.本届大赛单项作品赛作品推荐表(以下简称作品推荐 表 ) 。

2. 教学计划。以《改善你的企业 (IYB) (第二版)》为依 据选取教学设计课程题目，参照讲师手册中的讲义内容格式， 包括以下内容要点：

(1)课程题目(在规定题目中任选其一)

(2)教学目标

(3)教学总时长

(4)教学详案：应将教学内容合理分解成若干教学要点， 并在每个教学要点注明相对应的授课时间、教学方法、视觉教 具、注意事项等。其中教学方法要说明详细安排，如小组讨论 法要说明分组原则/方式、分组数量、各组议题等；游戏法要说 明游戏操作流程/要点、游戏结果、以及与教学要点关联性等； 案例分析法要补充案例内容，说明案例出处、案例结论，以及 与教学内容要点关系等

3.视觉教具说明及呈现效果展示。以下内容要点可自选提交：

(1)PPT课件

(2)活页挂纸、彩色卡纸、视频、实物等。为便于理解， 须对应每一个教学要点，提交视觉教具布局照片或示意图。

4.课程设计说明。以下内容要点可自选提交：

(1)课程设计理念和思路，包括课程设计亮点和创新点。

(2)必要的教学辅助资料，如教学计划中应用的案例、阅 读材料、练习、作业等。

(3)需要特别说明的教室布置方案及其他教学详案中无法 充分说明的教学设计，可以课堂实景照片呈现。

(4)上述未提及，但确有必要补充的资料或说明。

**二、作品提交格式要求**

每个参赛作品提交上述作品推荐表、教学计划、视觉教具、 设计说明共4个材料，均以PDF文件形式提交，其中教学计划、 视觉教具、设计说明3个PDF文件合并生成1个压缩文件 (.rar/.zip) 。各分赛组委会提交10个作品推荐表及10个压 缩文件，10个压缩文件应统一命名为：〔IYB 课程设计1号(课程题目) .rar/.zip〕~〔IYB 课程设计10号( 课程题目) .rar/.zip〕, 在规定截止日期前一次性报送至大赛组委会 指定电子邮箱。若不符合上述格式要求，可能影响评审成绩，后果由参赛个人或团队自行承担。

**三、评分标准**

评分标准

●填写规范、课程设计内容全面清晰、提交资料齐全(10分)

●结合课程内容和学员实际需要，精准确立教学目标(10分)

●教学重点体现明确、教学难点处理得当(10分)

●课程结构完整、教学层次清晰、逻辑合理(10分)

●教学时间分配合理，可实现效果好(5分)

评分项目

规范性

(10分)

内容设计

(35分)

|  |  |
| --- | --- |
| **评分项目** | **评分标准** |
| 教学设计  (35分) | ●教学方法灵活多样，运用恰当合理(10分)  ●教学技巧运用合理，能够有效引导和呈现(10分)  ●教具的选择、设计和运用合理，能有效提升教学效果(10 分 )  ●教学设计具备可操作性，教学目标达成程度高(5分) |
| 示范性  (20分) | ●教学理念务实、创新，能充分满足目标学员改善企业的需求， 解决学员实际问题、具有示范作用(10分)  ●课程设计具有创新性和实用性，教学实施过程流畅具有吸引 力(10分) |
| 分值合计 | 100分 |

**四、规定题目**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **所在模块及章** | **题目名称** |
| 1 | 市场营销—-第一章 | 一、市场营销和你的企业  二、市场营销如何建立顾客忠诚度 |
| 2 | 市场营销—-第二章 | 一、进行你的调研 |
| 3 | 市场营销—-第二章 | 二、细分市场和选择你的目标顾客  三、确立差异化与定位 |
| 4 | 市场营销——第三、四章 | 产品、价格 |
| 5 | 市场营销——第五、六章 | 渠道、推广 |
| 6 | 市场营销——第八、九章 | 流程、有形展示 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 7 | 采购和存货管理--第一章 | 四、采购时应遵循的步骤 |
| 8 | 采购和存货管理--第二章 | 存货管理 |
| 9 | 采购和存货管理--第三章 | 管理你与供应商的关系 |
| 10 | 成本核算—-第一章 | 企业成本 |
| 11 | 成本核算--第二章 | 多元产品制造商或多元服务提供商的成 本核算 |
| 12 | 成本核算—-第三章 | 单一产品制造商或单一服务提供商的成 本核算 |
| 13 | 记账--第二章 | 一、记录什么账簿  二、基本账簿 |
| 14 | 记账--第二章 | 三、其他有用账簿 |
| 15 | 记账--第三章 | 使用账簿改进你的企业 |
| 16 | 人与生产力—-第二章 | 人如何影响生产力 |
| 17 | 人与生产力一-第四章 | 雇用高效的员工 |
| 18 | 人与生产力一-第五章 | 如何激励员工提高生产力 |
| 19 | 人与生产力—-第六章 | 工作场所与生产力 |
| 20 | 人与生产力一-第八章 | 解决员工的问题 |
| 21 | 企业计划—-第一章 | 为未来制定计划 |
| 22 | 企业计划—-第二章 | 商业分析 |
| 23 | 企业计划—-第三、四章 | 预测外部环境变化 风险管理 |
| 24 | 企业计划——第五章 | 一、设定企业目标  二、将风险管理策略纳入计划  三、制定销售和市场营销计划  四、制定生产和成本计划 |
| 25 | 企业计划——第五章 | 五、制定利润计划  六、制定现金流计划  七、制定贷款计划 |