

贵州商学院与澳大利亚悉尼国际管理学院 合作举办会展经济与管理专业本科教育项目 人才培养方案

一、专业名称与代码

专业名称：会展经济与管理

专业代码：120903

二、培养目标

（一）总体培养目标

本项目培养坚持党的领导，德、智、体、美、劳全面发展，具备经济学和管理学的基础知识，掌握会展活动组织与策划的基本理论和专业技能，具有杰出的英语应用能力和现代的国际视野，拥有良好的服务意识、创新精神、信息技术、人文修养、法律知识的会展经济与管理国际化人才。

培养能掌握会展业策划、设计、运营、管理、评估的基本能力，能在大中型会展公司、会展场馆、节事策划与组织公司、广告公司、旅游公司、国际企业、政府部门和行业协会从事与会展相关的经营、管理、策划、咨询、培训、教育等工作的会展专业性人才。

培养具有国际化思维、创新精神、创业能力和社会责任感的，在未来的会展行业中能独挡一面的“新商科”高级专门人才，满足贵州省和中西部地区会展产业升级和经济可持续发展对高端

人才的需求，提升学生参与国际同行业市场竞争的优势。

（二）培养规格

本项目注重学生英语能力和学习能力的培养，加强专业知识和应用技能的提高，使学生具有扎实的会展经济与管理理论知识和熟练的操作技能，更好地满足贵州省及西南地区大力发展会展经济对国际化人才的需求。

1. 知识要求

掌握哲学、法学、社会学、科学技术、语言文学、艺术、职业发展与教育培训等方面的通识性知识；系统掌握数理类、经管类、信息技术类等方面的基础理论知识与方法；熟练掌握管理学、经济学、市场营销、会计学、旅游学概论、会展概论、旅游消费者行为等专业理论知识和方法；掌握会展经济与管理专业的基本理论和基本知识；熟悉国际有关会展经济与管理方针、政策和法规。

2. 素质要求

（1）思想道德素质

坚持党的领导，掌握马列主义、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系；热爱祖国、热爱人民；树立科学的世界观、人生观和价值观，具有良好的职业道德。

（2）专业素质

了解会展经济与现代服务业的发展动态与行业需求，熟悉经济法及行业法规；拥有良好的专业素养、团队协作精神、时代意识和国际视野；具有一定的创新精神；具备职业认同感、职业责

任感和职业素养。

(3) 文化素质

具备较宽的知识面，具有一定的人文社会科学和自然科学基础知识，对政治、历史、文学、艺术以及自然科学等方面有较全面的了解。

(4) 身心素质

积极参加体育锻炼，进行必要的军事训练，达到国家规定的大学生体育和军事训练合格标准，有健康的体魄和良好的心理素质。

3. 能力要求

具有获取和更新会展经济与管理相关知识的自我学习能力；具有会展组织、策划实务的基本能力，具有服务意识和管理能力；具备信息处理操作和应用的一般技能；熟练掌握英语能力并具备优秀的听、说、读、写能力；具备国际、国内会展相关文案写作能力，具有较强的外语表达和沟通交流能力。

4. 创新创业要求

掌握创新创业活动所需要的基本知识，具备创新创业所需要的探索精神、创新意识和实践能力，了解行业环境、创业机会和创业风险，具备基本的创新创业素质。

三、所设课程对专业能力培养的支撑

专业核心能力		课程名称
能力类型	能力名称	

会展设计	平面设计能力	设计学、展会制作与设计、会展设计实践
	空间设计能力	
	展台设计能力	
会展项目运营	会展营销能力	市场营销原理、场馆与酒店运营、会展运作与物流、会展策划与管理、会展促销与赞助、参展理论与实务、虚拟会展、电子商务与社交媒体、会展服务、会展策划实践、会展营销实践、会展项目开发与运作实践
	全媒体应用能力	
	会展项目策划能力	
	会展项目运营能力	
会展管理	会展企业办公能力	管理学、会计基础、经济法、商业经济学、人员组织与管理、人力资源管理、会议管理、会展服务管理与创新、战略管理、会展信息管理、会展客户关系管理、会展管理的法律问题、会展管理及信息化软件应用综合实践
	会展信息管理能力	
	会展客户关系管理能力	

四、学制、修业年限、最低毕业学分与学位授予

(一) 标准学制：四年。修业年限：4-6 年

(二) 最低毕业学分：170 学分

(三) 授予学位：符合学士学位授予条件的，授予管理学学士学位

五、主干学科、主干课程

(一) 主干学科：旅游管理

(二) 部分专业主干课程：人员与组织管理、商业经济学、会展概论、旅游接待业、旅游消费者行为、旅游目的地管理、展会制作与设计、会展运作与物流、会展服务、服务管理与创新、会展促销与赞助、国际会展等。

六、课程结构与学分及时分配

平台	知识	课程类别	学分	学时	理论教学 学时	实践教学 学时	占总学分比例
通识课程		通识必修课程	43	754	699	55	30%
		通识选修课程	8	128	128	-	
专业课程		专业基础课程	23	368	336	32	52%
		专业主干课程	56	896	672	224	
		专业选修课程	10	160	144	16	
实践课程			30	840		840	18%
最低毕业学分			170	---			---

注：实践学时占总学时比例为 37%

七、课程设置与教学计划

知识平台	课程类型	序号	课程名称	课程性质	学分	总学时	理论学时	实践学时	各学期周学时分配								备注	
									第一年		第二年		第三年		第四年			
									1	2	3	4	5	6	7	8		
通识课	思想政治理论课程	1	军事理论	必	1	16	16		4									
		2	形势与政策	必	1	16	16		1	1	1	1						
		3	思想道德修养与法律基础	必	3	48	39	9	3									
		4	马克思主义基本原理概论	必	3	48	46	2			3							
		5	中国近现代史纲要	必	3	48	42	6		3								
		6	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	必	4	64	46	18				4						
	文化及	7	大学语文	必	2	32	32			2								
		8	高等数学	必	4	64	64		4									

基础素质类课程	9	线性代数	必	3	48	48			3								
	10	计算机文化基础	必	2	32	16	16		2								
	11	大学生心理健康教育	必	1	18	14	4	2									
	12	◆英语听说 Listening & Speaking	必	6	96	96		2	2	2							
	13	◆学术英语 Academic English	必	6	96	96					2	2	2				
	14	体育	必	4	128	128		2	2	2	2						
通识选修课程	15 18	人文社会科学	选	8	128	128			2	2	2	2	2	2	2		分别修满自然科学类课程、创新创业类课程、艺术与美育类课程各2学分，其余类别任选修满2学分
		自然科学	选														
		艺术与美育	选														
		生命与健康	选														
		创新创业	选														
		思维与方法	选														
小计				51	882	827	55	18	17	10	11	4	4	2	0		

专业 课	专业 基 础 课	19	经济法	必	3	48	48					3							
		20	管理学	必	3	48	48		3										
		21	旅游学概论	必	2	32	32		2										
		22	◆统计学 Statistics	必	3	48	48						3						
		23	◆会计基础 Accounting Fundamentals	必	3	48	48						3						
		24	◆人力资源概 论 Introduction to Human Resources	必	4	64	32	32						4					
		25	◆商业经济学 Business Economics	必	3	48	48			3									
		26	设计学	必	2	32	32				2								
			小计			23	368	336	32	5	3	2	3	7	0	0	0		
	专业 主 干 课	27	◆人员组织与 管理 Managing People & Organisations	必	2	32	32				2								
		28	◆展会制作与 设计 Event Production and Design	必	3	48	24	24				3							
		29	◆会展概论 Introduction to Event Management	必	3	48	48			3									
		30	旅游接待业	必	2	32	32			2									
		31	旅游消费者行 为	必	2	32	32						2						
		32	旅游目的地管 理	必	2	32	32						2						

		33	会展策划与管理	必	3	48	48						3				
		34	◆会议与会议管理 Conventions & Meetings Management	必	4	64	32	32						4			
		35	◆市场营销原理 Principles of Marketing	必	4	64	48	16					4				
		36	◆场馆及酒店运营 Venue and Hospitality Operations	必	4	64	48	16					4				
		37	◆会展运作与物流 Event Operations and Logistics	必	4	64	32	32			4						
		38	◆会展服务 Exhibition Services	必	4	64	40	24			4						
		39	◆服务管理与创新 Service Management & Innovation	必	4	64	48	16			4						
		40	◆会展促销与赞助 Event Promotions and Sponsorship	必	4	64	32	32			4						
		41	◆战略管理 Strategic Management	必	4	64	48	16						4			
		42	◆国际会展 International Events	必	4	64	48	16							4		

		43	◆会展管理的法律问题 Legal Issues for Event Management	必	3	48	48											4	
		小计				56	896	672	224	0	7	14	7	15	8	8	0		
专业拓展课 (必选)		44	会展商务数据分析	选	2	32	24	8										2	
		45	虚拟会展	选	2	32	24	8										2	
		46	会展信息管理	选	2	32	32							2					
专业拓展课 (选2门)		47 48	会展客户关系管理	选	2	32	32							2					
			◆研究方法 Research Method	选	2	32	32									2			
			◆电子商务与社交媒体 E-Commerce & Social Media	选	2	32	32										2		
			参展理论与实务	选	2	32	32										2		
		小计				10	160	144	16	0	0	0	0	0	4	6	0		
		合计				140	2306	1979	327	23	27	26	21	26	16	16	0		

注：◆为引入的外方课程，共 21 门。

八、实践教学

	课程名称	课程性质	学分	周数	实践方式	按学期分配周数								备注		
						一	二	三	四	五	六	七	八			
类型	军事训练	必	1	2	集中	2										
	会展认知实践	必	2	2			2									
	会展营销实践	必	2	2				2								
	会展策划实践	必	2	2					2							
	会展设计实践	必	2	2						2						
	会展管理及信息化软件应用综合实践	必	2	2							2					
	会展项目开发与运作实践	必	2	2								4				
	毕业实习	必	6	6										6		
	毕业论文	必	8	8											8	
	创新创业实践	必	3	-		分散	√	√	√	√	√	√	√			第七学期认证后计入学分
	合计			30	28		2	2	2	2	2	2	4	14		

九、教学进程表

教学进程及说明表

学期	周	内容						入学教育 o	军事训练 ★	理论教学 →	认知实践 /	营销与策划实践 ▶	设计实践 ◇	会展管理及信息化软件应用综合实践 ◆	会展项目开发与实践 ○	毕业实习 +	毕业论文 △	毕业教育 v	考试#		假期社会实践 S			备注
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	假期		
一	1		o ★	o ★	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	#	#		S		
	2	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	/	/	→	→	→	→	→	#	#		S		
二	3	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	▶	▶	→	→	→	#	#		S		
	4	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	▶	▶	→	→	→	#	#		S		
三	5	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	◇	◇	→	→	→	#	#		S		
	6	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	◆	◆	→	→	→	#	#		S		
四	7	○	○	○	○	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	#	#		S		
	8	+	+	+	+	+	+	+	+	△	△	△	△	△	v	v								

十、专业课程简介（英文标注的为引入的外方课程）

（一）专业基础课

1. 经济法

学时：48

学分：3

考核方式：考试

本课程的内容主要包括：经济法总论、经济组织法、合伙企业法律制度、个人独资企业法律制度、外商投资企业法律制度、市场管理法、宏观调控法、社会保障法等部分。通过本课程的学习，使得学生能够掌握经济法专业的理论知识和制度的基本关系、内容及其最新发展，并能初步掌握运用所学知识分析相应的法律实际问题。

2. 管理学

学时：48

学分：3

考核方式：考试

本课程内容主要包括：管理思想史、管理理论、管理心理学、管理经济学、企业管理、行政管理、行政决策、管理工程三部分。通过本课程的学习，使得学生能够掌握管理学专业的知识理论，进一步培养学生的分析问题，解决问题的能力，满足现代企业和社会对管理人才的需要。

3. 旅游学概论

学时：32

学分：2

考核方式：考试

本课程是旅游管理专业主干课程，主要包括了解旅游发展的历史进程；掌握旅游的基本内涵和学科属性；熟悉旅游活动的类型、性质、特点及要素构成，掌握旅游者、旅游资源、旅游业的基本理论及类型结构；明晰旅游市场的基本理论、全球旅游客流流动的规律及我国旅游客源市场结构，熟悉相关的旅游组织及职能；明确旅游发展对经济、社会、文化和环境带来的影响。

4. 设计学

学时：32

学分：2

考核方式：考试

本课程内容主要包括设计概论、设计美学、中国设计史、外国艺术设计史、中国工艺美术史、艺术考古学等部分。通过本课程的学习，使得学生能够掌握设计学专业的知识理论，进一步培养学生设计学教学和研究等方面的知识和能力，让学生能够在设计教育、研究、出版和文博等单位从事设计学教学、研究、编辑等方面工作的专业人才。

(二) 专业主干课

5. 人员组织与管理 Managing People & Organizations

学时：32

学分：2

考核方式：考试

本课程内容主要包括项目人员的能力管理和人力资源管理两部分。通过本课程的学习，使得学生能够掌握人员组织与管理的知识理论，提高项目管理能力、项目相关利益体的管理能力、项目冲突客户处理能力以及文化管理等方面的能力。

6. 商业经济学 Business Economics

学时：48

学分：3

考核方式：考试

本课程内容主要涵盖了经济学、计量经济学、数理分析方法、产业经济学、流通经济学、国际经济学、零售与批发战略管理两部分。通过本课程的学习，使得学生能够掌握商业经济学的理论知识，进一步完善经济研究的知识结构以及强化经济研究理论的综合运用能力。

7. 会计基础 Accounting Fundamentals

学时：48

学分：3

考核方式：考试

本课程向学生讲述基础的会计理论和相关会计知识，介绍会计要素和主要会计公式，并让学生对简单的记账和财务报表进行初步了解。学习该门课程的基本目标是让学生们掌握会计信息的产生、分析、使用的相关知识，拓宽知识面，增强专业能力，提高学生的融会贯通能力，培养学生分析问题的能力。

8. 展会制作与设计 Event Production and Design

学时：48

学分：3

考核方式：考试

本课程内容包括展会概述、展会策划、展会空间设计、展会材料、展会灯光设计、展会具体项目设计等部分。通过本课程的学习，使得学生能够掌握展会制作与设计的重要内容、程序和方法。让学生系统地掌握展会制作与设计方面的基础知识，提高学生的展会制作与设计的应用能力等。

9. 统计学 Statistics

学时：48

学分：3

考核方式：考试

本课程向学生提供了用于数据分析的统计概念、公式和方法的介绍。该课题涉及对统计实践的理解与发展，以及如何应用于商业场合中。目标是使学生初步掌握统计分析的方法，具备统计分析的初级能力，并应用于商业活动中。

10. 会展概论 Introduction to Event Management

学时：48

学分：3

考核方式：考试

本课程内容包括：会展及会展业的内涵、会展经济及运行环境、会展产业链、会展管理（宏观、中观和微观管理）、会展城市、展览运营、会议服务与管理、会展旅游、会展危机、会展业的发展现状与趋势。通过本课程的学习，使得学生能够掌握会展专业及其行业的基本内容结构和基础理论，为后续专业课程学习打下基础。

11. 旅游接待业

学时：32

学分：2

考核方式：考试

本课程的内容主要包括：旅游接待业的概念、理念与方法；传统、新型、跨界旅游接待业务管理；旅游接待业顾客关系、服务质量管理与创新、管理信息系统、品牌战略等。通过本课程的学习使学生掌握旅游接待业的基本理论和方法，建立起全新的旅游接待业学科知识体系。

12. 旅游消费者行为

学时：32

学分：2

考核方式：考试

本课程的内容主要包括：以旅游消费者的旅游消费过程为主线，全面分析了旅游消费者的感知觉、需要动机、学习、情绪情感、态度、人格、决策、体验、群体、社会阶层、生活方式、家庭、文化、营销刺激等内外部因素对旅游消费者行为的影响。通过本课程学习，使学生掌握旅游者需求识别、旅游信息搜寻、旅游购买方案选择、实际购买、旅游经历和旅游后的行为六个阶段分析旅游消费者行为的购买决策过程。

13. 旅游目的地管理

学时：32

学分：2

考核方式：考试

本课程主要围绕旅游目的地管理，阐述旅游目的地的概念、旅游目的地构成要素、旅游目的地分类、旅游目的地的利益相关者的研究，并进一步分析了旅游目的地的开发与规划、旅游目的地人力资源管理、旅游目的地服务管理、旅游目的地营销管理、旅游目的地安全管理，以及旅游目的地影响研究、旅游目的地信息化管理与智慧旅游、新常态下旅游目的地发展等相关内容。

14. 人力资源概论 Introduction to Human Resources

学时：64

学分：4

考核方式：考试

本课程主要为学生提供有关人力资源管理实践的基本知识，如人力资源战略及其与人员管理和过程的关系，使学生了解人力资源的概念和意义，并能够获得沟通、分析和创造性思维的初步能力。

15. 会展策划与管理

学时：48

学分：3

考核方式：考试

本课程主要为学生介绍会展经济的起源、发展现状及未来趋势，教授学生会展活动的基础内容，以及会展策划，会展评估，会展采购，会展管理等内容，使学生掌握会展管理的基本概念，并且了解会展策划，会展评估，会展采购，会展管理等内容。

16. 会议与会议管理 Conventions & Meetings

Management

学时：64

学分：4

考核方式：考试

本课程的内容主要包括：会议运营管理概述、会议与会议产业、会议产品设计、会议运营流程设计、会议供应链管理、会议全面质量管理、会议物流管理、会议项目管理、会议运营战略等等。通过本课程的学习，学生不但学习会议操作思维，强调其执行层面的价值，而且还要全面系统地研究会议产品设计、流程、供应链，注重整体运作，强调其战略层面的价值，从而提升学生的操作国际性会议的管理水平。

17. 市场营销原理 Principles of Marketing

学时：64

学分：4

考核方式：考试

此课程将向学生介绍市场营销的技术和概念，这些技术和概念被营销人员广泛用来开发产品和进行成功的营销活动。这门课程将会研究营销理论的演变和它所处的环境，关注市场的构成，并介绍营销者如何识别，细分市场和目标市场。同时此课程也会介绍营销人员如何开发营销组合的要素。课程的目的是使学生能够了解和掌握市场营销的基本要素，并使学生成为市场营销理论的实践者。

18. 场馆及酒店运营 Venue and Hospitality Operations

学时：64

学分：4

考核方式：考试

本课程主要说明场馆及酒店的运营和管理的各个环节，包括场馆经营管理，酒店客房管理，餐厅管理，采购管理，宴会管理等，以及在此基础上的场馆及酒店运营服务质量管理。使学生了解到场馆和酒店服务的各个方面，掌握服务的各个环节，以及影响服务质量的不同要素。

19. 会展运作与物流 Event Operations and Logistics

学时：64

学分：4

考核方式：考试

本课程的内容主要包括物流与会展物流、会展常识、会展物流一体化、会展物流系统、会展物流管理、会展供应链、会展第三方物流、会展物流发展趋势等部分。通过本课程的学习，使得学生能够掌握会展运作与物流的知识理论，进一步了解会展运作与物流等货物运输方式，展品出入境业务和会展物流管理等业务过程。

20. 会展服务 Exhibition Services

学时：64

学分：4

考核方式：考试

本课程主要介绍了会展与会展服务的概念与发展、会展服务礼仪、会展接待准备、会议和展览会的现场服务、会展后续服务、会展中的餐饮接待服务、会展中的消防与医疗服务以及其他接待服务。使学生掌握会展服务的不同方面的定义和各个环节的要点，同时通过案例分析使学生强化对会展服务的理解。

21. 服务管理与创新 Service Management & Innovation

学时：64

学分：4

考核方式：考试

本课程主要向学生介绍服务的理论基础知识，与有意义的实际应用场景相结合，以解决服务中遇到的问题。这个课程是为不同服务管理环境中的工作人员设计的。客户是企业的基础，因此，我们需要采取服务管理的方式与客户建立良好的业务关系，发展积极的服务文化，并从学术观点和实际应用方法两方面考察优秀服务的原则。通过此课程的学习，使学生能够明白服务管理的意义和服务原则，并在实践中得到应用和创新。

22. 会展促销与赞助 Event Promotions and Sponsorship

学时：64

学分：4

考核方式：考试

本课程的内容主要包括：城市会展业整体营销、会展市场营销信息与调查、会展市场细分与定位、会展市场营销控制、会展市场内部营销与相关管理、新型营销在会展市场的运用、会展营销策略等。通过本课程的学习，使学生掌握会展促销与赞助的相关理论与营销技巧，为会展促销与赞助的顺利进行提供技术保障。

23. 战略管理 Strategic Management

学时：64

学分：4

考核方式：考试

本课程的内容主要包括：企业文化、商业模式、财务管理、人力资源管理、经营哲学、绩效管理、公司法、创新管理、组织行为学等部分。通过本课程的学习，使得学生能够掌握战略管理的知识理论，进一步让学生了解如何提高企业对外部环境的适应性以及可持续发展。

24. 国际会展 International Events

学时：64

学分：4

考核方式：考试

本课程主要包括：市场调研与预测、会展概论、会展经济学、会展管理、会展策划与实务、会展旅游、会展英语、会展项目管理、会展政策与法规等部分。通过本课程的学习，使得学生能够掌握国际会展的知识理论，进一步让学生具备国际化视野，创新与思辨精神，能够在政府部门、科研机构、会展行业协会及企事业单位从事中高级会展管理和实际操作。

25. 会展管理的法律问题 Legal Issues for Event Management

学时：48

学分：3

考核方式：考试

本课程向学生介绍会展管理方面的基本政策和大政方针，以及相关的法律法规，包括法律基础，法律主体客体，以及相关的法律程序等。使学生掌握基本的法律要求和法律常识，从而在行为上约束和规范自己。

(三) 专业拓展课

26. 会展信息管理

学时：32

学分：2

考核方式：考试

本课程内容包括：会展项目启动、会展项目计划、会展项目控制、会展项目实施、会展项目评估等。通过本课程学习，掌握会展活动的各种基本知识，熟悉整个会展活动的操作流程，理解科学有效的项目信息管理是会展活动成功举办的基础。

27. 会展客户关系管理

学时：32

学分：2

考核方式：考试

本课程在国内外学者有关客户关系研究新成果的基础上，对客户关系管理理论进行较为全面的总结，并结合我国会展企业的特点，系统介绍会展客户关系管理理论、方法和途径，提供了大量的案例和实践应用资料。让学生进一步掌握会展客户关系管理的理论知识。

28. 研究方法 Research Method

学时：32

学分：2

考核方式：考试

本课程的内容主要包括：调查法、观察法、实验法、文献研究法、定量分析法、定性分析法、个案研究法、数量研究法、信息研究方法、描述性研究法等部分。通过本课程的学习，使得学生能够掌握各类研究方法的知识 and 理论，进一步对学生的学科建设和学术规范有重要的作用。

29. 电子商务与社交媒体 E-Commerce & Social Media

学时：32

学分：2

考核方式：考试

本课程主要讲述了电子商务概述，旅游信息化基础知识和国内外旅游信息化发展的状况，旅游电子商务体系，行业

层面的旅游电子商务应用系统和电子商务与旅游市场，电子商务与旅游产业优化，旅游企业网络营销和旅游企业电子商务实务与案例。使学生掌握电子商务的运作，信息资源开发的目的和要求，电子商务的功能和特点，电子商务平台的应用，电子商务与旅游市场结构的演变，旅游企业网站应具备的功能和网站建设一般步骤。社交媒体主要为学生提供了一个独特的概念基础和实用的方法来开发成功的电子商务和社交媒体营销计划，并向学生展示如何构建实现预期营销目标的社交媒体策略。学生将学习如何选择最佳的社会媒体平台，如何建立角色，并使之达到既定的营销目标。

30. 参展理论与实务

学时：32

学分：2

考核方式：考试

本课程的内容主要包括：导论、会展市计划与定位、会展产品营销、会展招募、展会实施实施和评估、会展财务管理、会展场馆与展位营销、会展产品的定价、会展客户关系管理、会展营销的新型手段等部分，通过本课程的学习，使得学生能够充分掌握参展理论与实务的知识和理论。

(四) 其他课程

31. 学术英语 Academic English

学时：96

学分：6

考核方式：考试

本课程主要教授学生学习大学学术英语的写作方法，大学课题研究中的辩证性和逻辑性思维，学术论文的基本结构和写作要求。初步掌握和使用辩证性思维，并应用于课堂学习中，掌握海外大学对于大学学术英语和学术论文的写作方法、写作格式、论点论据的逻辑性思维，使学生具备独立完成课题研究和写作的能力。

32. 英语听说 Listening & Speaking

学时：96

学分：6

考核方式：考试

该课程培养学生的英语综合能力，特别是英语的听说能力，在英语应用能力要求不断提高的形势下，开展的一门必修课。通过本课程的学习，是学生在今后的工作和社会交往中能用英语有效的进行口头和书写的信息交流，以适应社会发展和国际交流的需要。