物流客户服务课程整体教学设计

一、课程基本信息

课程名称	物流客户服务	课程类型	专业必修课
授课对象	物流管理二年级学生	学时学分	56 学时 4 学分
先修课程	物流实务、采购、仓储与配送、商务礼仪、物流市场营销	后修课程	物流实训、国际船舶代理实务

二、课程性质

《物流客户服务》物流管理专业的一门专业必修课程，是学生毕业后任职客户服务岗位，从事客户管理等工作的主要支撑课程。同时也是从事商业企业基层管理工作的支撑课程。本课程通过对物流客户关系管理理论和实践的系统讲授，并结合实际案例，将客户管理的原理与企业的实践结合起来，突出企业经营管理与客户管理的作用，使学生全面了解客户管理的理论及方法，掌握客户管理的技巧并运用所学知识进行客户管理的策划，改善客户关系状况。

《物流客户服务》开设在第四学期，其前导课程是《物流实务》《物流市场营销》、《商务礼仪》等，后续课程是《物流实战》。

三、课程目标

1.总体目标

通过本课程的学习，学生具备从事客户关系管理工作所必需的知识和技能，能够在理论上进行分析，在实践上具有客户关系管理问题的分析和处理能力。同时培养学生爱岗敬业、团结协作、吃苦耐劳的职业精神和创新意识，能胜任客户关系管理岗位的工作。

2.具体目标

知识目标：

（1）了解客户关系管理的演变过程，掌握客户关系管理的内涵；了解客户关系管理的主要内容及其作用。

（2）了解识别潜在客户的途径；掌握识别潜在客户的方法；掌握客户开发的一般流程，客户开发计划的制订要求及客户开发管理工作的要点；掌握识别客户需求的方法；了解客户档案建立的流程；掌握客户信息搜集的内容及渠道方法以及客户档案信息表的设计方法和模式；了解客户信息数据库的建立原则；掌

迅捷PDF编辑器

握客户档案分类的方式；

（3）掌握评估客户的依据；掌握客户商业价值的构成方法；掌握客户商业价值评价及策略选择方法；理解客户关系生命周期理论；理解客户终身价值的计算；理解客户细分的步骤与原则；掌握客户细分的方法和使用范围；了解客户信用档案制作的内容；理解客户信用评估的内容；掌握客户信用评估的方法；了解客户信用等级的划分标准；掌握客户信用政策的内容；理解客户信用期限及信用等级的评定方法；了解客户信用等级调整的意义及目的；掌握企业追账的方法及策略。

（4）掌握与客户沟通的原理及沟通方式设计的知识要领；了解客户服务质量的内涵、影响因素；了解客户服务质量指标体系；了解客户服务的类型，掌握控制客户服务质量的途径；理解客户抱怨与投诉产生的原因，掌握处理方法；了解数 CRM 系统和呼叫中心在客户关系管理中基本应用。

（5）了解客户满意和客户忠诚的内涵以及相互之间的关系；了解客户满意度测评的含义；掌握测评客户满意度的方法；掌握提高客户满意度的方法。

技能目标

（1）能够运用各种方法来识别和评估企业的客户；针对具体企业，能够识别该企业的客户，能够初步运用客户开发的工具，掌握常用的客户开发方法；能够拟定客户开发计划，对客户开发业务进行有效的管理；能够根据企业需要收集客户信息，设计客户档案信息表、建立完整的客户信息档案；能够对客户进行合理的分类以及利用客户档案来进行客户管理工作。

（2）能运用所学知识评价某客户的价值；针对客户商业价值进行客户关系管理决策；能够根据实际情况进行客户细分，并对不同客户类型制定针对性的客户策略；能够能够结合不同企业实际情况对客户的进行信用评估、划分客户等级以及给予合适的信用政策；能够根据企业的实际情况采用合适的追帐策略和方法完成讨债工作。

（3）掌握客户沟通的基本方法，并能有效克服沟通中的障碍；能够对客户服务质量的进行控制；针对具体企业，能够处理客户的抱怨与投诉；能够操作常用的 CRM 软件。

（4）能够进行客户满意度的测评；能够制订客户忠诚度计划。

迅捷PDF编辑器

素质目标

（1）具有良好的职业道德、职业修养 。

（2）具有正确的从业心态，良好的沟通能力。

（3）具有严谨、周密细心、不敷衍了事、工作到位的作风。

（4）具有应变能力、抗挫折的能力和良好的团队合作精神。

（5）具有积极进取的职业心理，刻开拓苦钻研、开拓创新的作风

（6）具有自主学习能力和知识迁移能力

思政目标

（1）具有强烈的社会责任感和规范热情的服务意识 。

（2）具有维护企业信誉和形象，耐心热情、善于沟通、团结协作的能力。

（3）具有同情心同理心，能耐心倾听，换位思考，冷静依规办事。

（4）具有良好的仪表谈吐和行为，妥善处理与客户及同事之间的关系。

三、课程内容

	序号	学习单元（学习情境或项目）名称	学时
课程内容组织	1	项目一 物流客户服务认知	6
	2	项目二 物流客户开发与拜访	12
	3	项目三 物流客户接待	10
	4	项目四 物流客户投诉管理	10
	5	项目五 物流客户关系维护	12
	6	项目六 物流客户服务绩效评估	6
	合计		56

教学内容和时间分配表

项目	任务	学时	教学内容
一、物流客户服务认知	认知客户服务和物流客户服务	2	1、客户服务相关概念 2、客户服务的分类及主要内容 3、物流客户服务
	认知物流客户服务流程和规范	2	1、 一般客户服务流程 2、 物流客户服务流程 3、 物流客户服务规范
	认知物流客户服务部门和客服人员职责	2	1、 物流企业的组织结构及主要职能 2、 物流客户服务岗位设置及岗位职责

迅捷PDF编辑器

			3、 物流客服人员的工作规范和标准 4、 物流客服人员的职业要求
二、物流客户开发与拜访	物流客户寻找与识别	2	1、物流客户寻找途径 2、物流客户类型 3、物流客户分类管理
	物流客户档案建立	2	1、 客户档案的重要性 2、 物流客户档案的内容 3、 物流客户档案管理原则
	物流客户需求分析	2	1、物流客户需求概述 2、物流客户需求类型 3、物流客户需求管理
	物流客户拜访与沟通的主要技巧	6	1、 物流客户拜访前准备 2、 物流客户拜访流程 3、 物流客户沟通技巧 4、 拜访后的工作
三、物流客户接待	物流客户接待计划制定	3	1、客户接待的主要内容 2、客户接待工作技巧 3. 物流客户接待开场白设计 4.物流客户接待计划制定注意事项
	物流客户来访、来电、来函处理	3	1、物流客户来访、来电、来函的处理流程 2、物流客户来访、来电、来函的处理技巧 3. 物流客户来访、来电、来函的处理规范
	物流客户服务成交及物流客户承诺跟进	2	1、物流客户服务成交促成 2、物流客户承诺跟进流程 3、物流客户承诺跟进方法
四、物流客户投诉管理	物流客户投诉受理	3	1、物流客户投诉的原因及受理方式 2、物流客户投诉受理要点
	物流客户投诉处理	5	1、物流客户投诉处理程序和方法 2、物流客户投诉的具体处理
	物流客户投诉处理服务跟进	2	1、换位思考，有法可依，快速反应原则，适度拒绝原则，彻底原则，
五、物流客户关系	物流大客户管理	2	1、物流大客户的相关概念 2、物流大客户差异化服务 3、物流大客户关系营销

迅捷PDF编辑器

维护			4、物流大客户管理工作内容
	物流客户流失处理	3	1、物流客户流失原因分析 2、物流流失客户挽回策略 1、客户投诉处理方法
	物流客户信用评估及风险防范	2	1、物流客户信用等级评估内容 2.按照物流客户信用等级管理客户解决方案
六、物流客户服务绩效评估	认识物流客户服务绩效管理	4	1、 绩效与绩效管理 2、 物流客户服务绩效考核的原则
	物流客户服务绩效管理实施	6	1、 物流客户服务绩效管理的工作流程 2、 物流客户服务绩效管理的实施 3、 物流客户服务常见绩效考核方法

四、能力训练项目

能力训练项目	子项目	知识目标	能力目标	训练方式手段	可展示结果和考核标准
项目一 物流客户服务认知	认知客户服务和物流客户服务	了解客户服务的概念 了解客户服务的主要内容 理解客服工作在企业运营中的重要性	从总体上认识物流客户服务，对课程产生学习兴趣	训练方式：案例分析 训练手段：启发引导	
	认知物流客户服务流程和规范	1. 熟悉物流客户服务流程 2.掌握物流客户服务的规范 3.了解客户参观接待方案	能根据需要设立客户服务部门	训练方式：案例分析 训练手段：启发引导	简述物流客户服务流程
	认知物流客户服务部门和客服人员职责	1.了解物流企业组织结构及主要职能 2.熟悉物流客服的岗位设置及岗位职责	能根据客户服务职责制定工作标准	训练方式：案例分析 训练手段：启发引导	设计客户关系管理岗位说明

迅捷PDF编辑器

项目二 建立客户关系	识别并寻找潜在客户	1.了解识别客户的内容和方法 2.掌握潜在客户的特征和条件 3.掌握寻找客户的途径和方法及其使用范围	能够识别潜在客户特征并通过各种途径寻找找到潜在客户	训练方式：任务驱动 训练手段：案例分析 情景模拟 训练步骤：课前阅读学习资料，课中讨论分析任务，学生完成任务，教师指导，课后作业强化	客户分析报告和潜在客户名单
	开发客户	1.了解客户开发一般流程 2.掌握常用客户开发工具和方法 3.理解客户开发计划书内容	能做好客户开发计划，并按照计划实施客户开发	训练方式：任务驱动 训练手段：模拟演练 训练步骤：课前阅读学习资料，课中讨论分析任务，学生完成任务，教师指导，课后作业强化	客户开发计划书，进行客户开发
	管理客户信息	1.掌握客户信息的获取方法和途径 2.理解客户信息的一般类型 3.理解建立客户库的一般原则	能通过不同途径和方法获取有效客户信息，建立可利用的客户信息库	训练方式：任务驱动 训练手段：模拟演练 训练步骤：课前阅读学习资料，课中讨论分析任务，学生完成任务，教师指	客户信息档案

迅捷PDF编辑器

				导，课后作业强化	
项目三 识别与分析客户价值	识别客户价值	1.理解客户价值的构成 2.理解客户价值衡量标准体系 3.掌握客户价值测算的方法	能分析客户对企业的价值贡献的构成，并能测算客户价值	训练方式：任务驱动 训练手段：案例分析 训练步骤：课前阅读学习资料，课中讨论分析任务，学生完成任务，教师指导，课后作业强化	客户价值评价体系
	估算客户终身价值	1.理解客户关系生命周期的概念和客户生命周期的阶段的特点 2.掌握客户终身价值的含义 3.指望我客户终身价值的计算公式	能分析客户终身价值的构成并测算客户终身价值	训练方式：任务驱动 训练手段：情景模拟 训练步骤：课前阅读学习资料，课中讨论分析任务，学生完成任务，教师指导，课后作业强化	计算客户终身价值
	细分客户	1.掌握客户细分的方法 2.理解不同客户细分方法适用范围	能根据对客户的了解细分客户，并且制定相应的客户策略	训练方式：任务驱动 训练手段：案例分析 训练步骤：课前阅读学习资料，课中讨论分析任务，学生完成任	根据需要进行客户细分

迅捷PDF编辑器

				务，教师指导，课后作业强化	
	管理客户信用	1.了解信用销售的概念和风险 2.掌握信用管理的内容 3.理解信用管理的目标	能够分析信用销售的风险，判断能否客户能否采用信用销售	训练方式：任务驱动 训练手段：案例分析情景模拟 训练步骤：课前阅读学习资料，课中讨论分析任务，学生完成任务，教师指导，课后作业强化	筛选信用销售的客户，并分析其信用风险
	制定客户信用政策	1.了解信用政策的内容 2.掌握信用期限的调整 3.了解信用额度的调整 4.了解现金折扣的制定	能根据客户与企业实际调整客户信用政策	训练方式：任务驱动 训练手段：案例分析 情景模拟 训练步骤：课前阅读学习资料，课中讨论分析任务，学生完成任务，教师指导，课后作业强化	根据情况调整信用政策
项目四维护与提升客户关系	沟通客户	1.了解有效沟通障碍 2.了解客户沟通能力	能客服与客户沟通的中的障碍，提高与客户沟通的能力	训练方式：任务驱动 训练手段：模拟演练 训练步骤：课前阅读学习资料，课中讨论分析任务，学生完成任务，教师指导，课后作业	沟通演练

迅捷PDF编辑器

				强化	
	调查客户满意度	1.了解客户满意（度）的含义 2.掌握影响客户满意的因素 3、掌握客户满意度的调查与测评方法	根据顾客满意度的测评，明确影响顾客满意的因素，并能找到提高顾客满意度的途径	训练方式：任务驱动 训练手段：案例分析 训练步骤：课前阅读学习资料，课中讨论分析任务，学生完成任务，教师指导，课后作业强化	满意度调查问卷
	提高客户服务管理	1.理解客户服务的概念 2.理解客户服务质量的含义 3.掌握客户服务质量影响因素和评价指标 4.了解提高服务质量的方法	能根据企业提供客户服务的特点提出改进服务质量的方法	训练方式：任务驱动 训练手段：案例分析 训练步骤：课前阅读学习资料，课中讨论分析任务，学生完成任务，教师指导，课后作业强化	服务质量评价指标
	培养忠诚客户	1.了解客户忠诚的含义与类型 2.掌握客户忠诚的测量指标 3.理解客户忠诚计划	能正确识别忠诚客户及其类型，制定可行的客户忠诚计划	训练方式：任务驱动 训练手段：案例分析 训练步骤：课前阅读学习资料，课中讨论分析任务，学生完成任务，教师指导，课后作业强化	客户忠诚计划
	客户投诉处理	1.了解客户投诉原因 2.了解客户投诉处理流程 3.掌握客户投诉处理方法	能有效处理客户投诉，消除客户投诉产生的不利影响	训练方式：任务驱动 训练手段：模拟演练 训练步骤：课前阅读学习资料，课中讨	处理投诉现场演练

迅捷PDF编辑器

				论分析任务，学生完成任务，教师指导，课后作业强化	
	客户流失管理	1.了解客户流失的含义及类型 2.掌握客户流失的识别 3.了解客户流失的原因分析 4.掌握流失客户防范和挽回	能对客户流失的原因进行分析并有效控制客户的流失	训练方式：任务驱动 训练手段：模拟演练 训练步骤：课前阅读学习资料，课中讨论分析任务，学生完成任务，教师指导，课后作业强化	流失客户挽回现场演练

五、教学进度表

序号	周次	学时	任务标题	学习目标	
				知识目标	能力目标
1	1	2	第一次课	课程设计、课程地位、课程考核标准、学习指导	从总体上认识客户关系管理，对客户关系管理课程产生学习兴趣
2	1	2	探寻身边的客户关系管理	1.了解客户关系的含义与类型 2.了解客户关系的产生发展 3.理解客户关系管理的目标	树立以客户为中心的现代管理理念，能剖析企业建立的客户关系类型和企业实施客户关系管理达到的目标
3	2	2	接触现代客户关系管理	1.理解客户关系管理的含义 2.掌握客户关系管理的工作内容 3.理解客户关系管理的相关理论	全面理解客户管理的内涵，能掌握客户管理的内容
3	2	2	识别与寻找潜在客户	1.了解识别客户的内容和方法 2.掌握潜在客户的特征和条件 3.掌握寻找客户的途径和	能够识别潜在客户特征并通过各种途径寻找找到潜在客户

迅捷PDF编辑器

				方法及其使用范围	
4	3	2	开发客户	1.了解客户开发一般流程 2.掌握常用客户开发工具和方法 3.理解客户开发计划书内容	能做好客户开发计划，并按照计划实施客户开发
5	3	2	管理客户信息	1.掌握客户信息的获取方法和途径 2.理解客户信息的一般类型 3.理解建立客户库的一般原则	能通过不同途径和方法获取有效客户信息，建立可利用的客户信息库
6	4	3	识别客户价值	1.理解客户价值的构成 2.理解客户价值衡量标准体系 3.掌握客户价值测算的方法	能分析客户对企业的价值贡献的构成，并能测算客户价值
7	4-5	3	估算客户终身价值	1.理解客户关系生命周期的概念和客户生命周期的阶段的特点 2.掌握客户终身价值的含义 3.指望我客户终身价值的计算公式	能分析客户终身价值的构成并测算客户终身价值
8	5-6	4	细分客户	1.掌握客户细分的方法 2.理解不同客户细分方法适用范围	能根据对客户的了解细分客户，并且制定相应的客户策略
				1.了解信用销售的概念和风险 2.掌握信用管理的内容 3.理解信用管理的目标	能够分析信用销售的风险，判断能否客户能否采用信用销售
9	6-7	6	客户沟通	1.了解有效沟通障碍 2.了解客户沟通能力	能客服与客户沟通的中的障碍，提高与客户沟通的能力
10	8	4	客户服务管理	1.理解客户服务的概念 2.理解客户服务质量的含义 3.掌握客户服务质量影响因素和评价指标 4.了解提高服务质量的方法	能根据企业提供客户服务的特点提出改进服务质量的方法

迅捷PDF编辑器

11	9-10	6	客户满意度调查	1.了解客户满意的含义 2.掌握影响客户满意度的要素 3.掌握客户满意度调查的方法 4.掌握客户满意度调查问卷的设计 5.熟悉客户满意度调查报告的内容	能制定客户满意度调查方案，设计客户满意度调查问卷，实施满意度调查，撰写满意度调查报告
12	10	2	客户投诉处理	1.了解客户投诉原因 2.了解客户投诉处理流程 3.掌握客户投诉处理方法	能有效处理客户投诉，消除客户投诉产生的不利影响
13	11	3	培养忠诚客户	1.了解客户忠诚的含义与类型 2.掌握客户忠诚的测量指标 3.理解客户忠诚计划了	能正确识别忠诚客户及其类型，制定可行的客户忠诚计划
12	10-11	3	客户流失	1.了解客户流失的含义及类型 2.掌握客户流失的识别 3.了解客户流失的原因分析 4.掌握流失客户防范和挽回	能对客户流失的原因进行分析并有效控制客户的流失

16

六、第一次设计和最后一次课设计

（1）第一次课设计

迅捷PDF编辑器

教学过程设计与组织		
教学环节	教学内容	师生活动
1、设置情境布置任务	**情境：**刘倩应聘到北京乐成物流股份有限公司客户服务部门工作，正式上岗前须进行新员工业务储备培训。 **任务：**掌握物流客户服务对物流企业发展的重要意义，掌握课程的学习内容框架和学习方法。	教师：设置情境，布置任务；学生：接受任务、分析讨论
2、导入案例	案例：卡尔森带领北欧航空公司走出困境	教师：导入案例、案例分析；学生：思考、讨论提出的问题
	一、课程性质 《物流客户服务》物流管理专业的一门专业必修课程，是这些专业学生毕业后任职销售、客户服务岗位，从事客户管理等工作的主要支撑课程之一。同时也是从事商业企业基层管理工作的支撑课程。本课程通过对物流客户关系管理理论和实践的系统讲授，并结合实际案例，将客户管理的原理与企业的实践结合起来，突出企业经营管理与客户管理的作用，是学生全面了解客户管	教师：讲授、提问、案例分析

三、课程内容

项目目录

项目一 走近物流客户服务
项目二 仓储与配送客户服务
项目三 运输客户服务
项目四 国际货代客户服务

四、考核方式

考核方式	过程性考核（占30%）			项目成果（占40%）	期末考试（占3
	任务考核（10）	学习态度（10）	课堂表现（10）		
考核标	参与任务的计划制定方案制作和实施	按时上课，不迟到，旷课，按时完	思考问题，积极参与	按时提交项目成果，格式规范，提出对问题解决有意义的方	以书面方式对基本知识进行

五、学习方法

充分利用网络资源
积极参与问题讨论
加强团队合作

迅捷PDF编辑器

4、任务实施	学生以团队为单位对任务进行研讨分析，制定学习计划，掌握课程主要内容脉络和学习方法。	教师指导、答疑；学生分组讨论，制定学习计划、
5、任务评价	点评学生任务实施情况	师生共同点评、总结梳理本次课学习内容
6、课后作业	1、讨论物流客户服务的意义和服务内容。 2、预习物流客户服务的相关概念和理论。	教师呈现作业；学生记录作业并按时完成
单元教学资源		
教　材	苏虹 孙红菊.《物流客户服务》，机械工业出版社，2017.	

课　件	见《物流客户服务》网络课程资源库课件文件包。
案　例	见《物流客户服务》网络课程资源库案例集。

（2）最后一次课设计

步骤	教学内容及能力/知识目标	教师活动	学生活动	时间（分钟）
1	各项目组整体点评	教师点评学生整体情况，总结存在的共性问题	学生听取教师作业点评，归纳总结，掌握知识提升能力	15
2	课程总结：通过思维导图，梳理知识，理论及应用等内容的逻辑关系	教师画出思维导图 总结、梳理整个课程，给出课程的逻辑关系 教师归纳课程知识体系	1.学生自己画出思维导图 2.进行课程知识点总结	40
		点评学生本学期课内与课外学习情况 组织学生分享学习心得	1.学生自评、互评 2.分享学习心得	

迅捷PDF编辑器

3	课程内容的未来发展趋势	客户关系管理正在深入各行各业，对客户个性化的探索将更加深入，客户关系管理企业管理中将扮演何种角色？	1.制定后续学习计划 2.学生讨论、提问	25
4	送给学生礼物并鼓励学生保持持续学习	1.礼物：推荐书《做个好的客户经理》 2.持续学习	学术讨论，答疑	20

七、教材资料

1.主教材和参考资料

选用教材名称	用途	说明
物流客户服务	教材	曾益坤 中国人民大学出版社
客户服务与管理	参考书	杨明 刘春侠 高等教育出版社
国家职业技能鉴定国家职业资格培训教程:客户服务管理师（基础知识）	参考书	孙凤芝 中国劳动社会保障出版社
客户关系管理实务	参考书	蔡瑞林 北京交通大学出版社
客户关系管理实训	实训教材	杨莉惠 中国劳动社会保障出版社

2.物流客户服务案例库：课程组在教学过程中，收集积累了大量企业实施客户关系管理的案例，用于补充课堂和课下学生实践方面的缺憾。

3.视频：曾仕强《沟通艺术》视频

第一财经《波士堂》栏目视频

迅捷PDF编辑器

3、网络资源：

（1）http://www.ccmclick.com/ 客户管理网

（2）http://www.ccmw.net/ 客户世界

（3）http://www.xiaoshou.cn/ 销售网

（4）http://www.cmmo.cn/ 第一营销网

（5）http://www.sino-manager.com/ 经理人网

（6）http://www.chinavalue.net/ 价值中国网

（7）http://waimaoquan.alibaba.com/bbs/ 外贸论坛

八、考核方案

(一)考核标准与内容

建立了以体现职业能力为核心的课程考核标准。课程考核强调能力标准及考核的整体性，通过对学生知识、技能、态度的考核，检验学生的职业能力。坚持实践与理论考核相结合，既有考核技能为主的操作考核，又有测试认知水平的知识考核；坚持结果与过程考核相结合，过程考核主要考察学习态度和职业道德，结果考核坚持理论与实践相结合，理论考核主要考察理论基础知识，实践考核主要考察操作技能。

(二)考核方式与主体

1、丰富了考核方式

打破传统单一考试模式的垄断局面，从深入、确切地考查学生的知识、能力、素质出发，采用不同的考试方式：①期末考核、②现场演示、③案例分析、④小

迅捷PDF编辑器

组讨论、⑤操作考试、⑥调查报告。在具体运用时,考虑具体的考核内容及测试取向。期末考核侧重学生知识的运用程度；案例考核能培养学生运用所学知识解决实际问题的能力,包括创新能力、相关知识的综合能力、决策能力等等；操作考核是要求学生进行实际操作，把企业的技术要求和考核评价体系引入到实践教学中。其考查的重点是学生的动手能力和分析解决实际问题的能力，缩短高职毕业生的社会适应期。

2、根据课程特点，采用校内老师、学生考核评价相结合，各种评价主体有明确合理的比例分配。其中，校内教师考核占 60%，学生自主考核占 40%。

表： 课程考核分配表

考核方式	过程性考核（占 30%）			项目成果（占 40%）	期末考试（占 30%）
	任务考核（10）	学习态度（10）	课堂表现（10）		
考核标准	参与任务的计划制定方案制作和实施过程,对团队工作有贡献	按时上课，不迟到、旷课,按时完成作业	思考问题，积极参与问题讨论	按时提交项目成果，格式规范，提出对问题解决有意义的方案	以书面方式对课程基本知识进行考核
考核人	学生自评（40%） 教师评价（60%）	教师评价	教师评价	小组互评（40%） 教师评价(60%)	教师评价

迅捷PDF编辑器