

附件 1

河南省职业教育和继续教育精品在线开放课程 申 报 书

申报学校 漯河食品职业学院

联合学校

课程名称 《食品营销》

课程类别 ☐公共基础课 ☒专业核心课 ☐虚拟仿真实训课

☐专业课 ☐创新创业课

所属专业 食品贮运与营销专业

课程负责人 韩秀枝

申报日期 2021年12月1日

推荐类别 ☒职业教育 ☐高等学历继续教育

推荐单位

河南省教育厅

2021 年 12 月

填 写 要 求

1. 以 word 文档格式如实填写各项。
2. 职业教育精品在线开放课程类别主要包括：公共基础课、专业课、专业核心课、虚拟仿真实训课。高等学历继续教育精品在线开放课程类别主要包括：专业基础课、专业核心课、创新创业课。
3. 表格文本中外文名词第一次出现时，要写清全称和缩写，再次出现时可以使用缩写。
4. 本表栏目未涵盖的内容，需要说明的，请在说明栏中注明。
5. 申报书需同时加盖申报学校和联合学校公章。市（县）属中等职业学校申报书中“推荐单位”需加盖省辖市、济源示范区或省直管县（市）教育局公章。
6. 如表格篇幅不够，可另附纸。

1. 课程负责人情况

1-1 基本 信息	姓 名	韩秀枝	性 别	女	出生年月	1983年4月
	学 历	研究生	学 位	公共管理硕士	电 话	15839550373
	专业技术 职务	副教授	行 职 政 务	教研室主任	传 真	
	院 系	经济管理系		E-mail	94656133@qq.com	
	地 址	漯河市郾城区文明路与107国道交叉口			邮 编	462300
1-2 近 5 年 相关课程主 讲 情况	课程名称	课程类别	授课对象		周学时	听众数/年
	《食品营销》	专业核心课	18级高职食品贮运与营销专业、市场营销专业		4学时/周	240人/年
	《食品电子商务》	专业课	19级高职食品贮运与营销专业、市场营销专业		4学时/周	240人/年
	《农产品市场营销》	专业课	20级高职食品贮运与营销专业、市场营销专业		4学时/周	240人/年
	《食品贮运与保鲜技术》	专业核心课	21级高职食品贮运与营销专业、市场营销专业		4学时/周	240人/年
1-3 教学 研究 情况	主持的教学研究课题（含课题名称、来源、年限）（不超过五项）；作为第一署名人在国内外公开发行的刊物上发表的教学研究论文（含题目、刊物名称、时间）（不超过十项）；获得的教学表彰/奖励（不超过五项）。 1. 主持的教学研究课题 （1）主持《人工智能对高校毕业生就业的影响研究》；来源：河南省教育厅；2020年。 （2）主持《食品贮运与营销专业》品牌专业建设项目；来源：河南省教育厅；2020年。 （3）主持《漯河农产品电子商务发展的现状与对策》；来源：漯河市哲学社会科学规划领导小组；2020年。 （4）主持《漯河跨境电子商务发展对策研究》；来源：漯河市哲学社会科学规划领导小组；2021年。 （5）主持《增强大学生创新意识和实践能力问题研究》；来源：河南省社会科学界联合会、河南省经济学团体联合会；2012年。 2. 发表的教学研究论文 （1）《高职财经类专业实践教学模式的提升研究》；《锋绘》（CN42-1820/J）；2019.01。					

	(2) 《基于“任务驱动、项目导向”的《CSS+DIV网页样式与布局》课程教学改革研究》；《电脑知识与技术》（CN34-1205/TP）；2019.08。 (3) 《人工智能对高校毕业生就业影响研究》；《合作经济与科技》（CN13-1296/N）；2020.06。 (4) 《基于视觉图像的鲮鱼新鲜程度的检测方法 & 营销》；《现代食品科技》（CN44-1620/TS，全国中文核心期刊）；2019.10。 (5) 《基于C/S的茶叶储存环境监控系统分析与研究》；《福建茶叶》（CN35-1111/S，全国中文核心期刊）；2018.09。 (6) 《基于职业本科的电子商务专业人才培养方案研究》，《锋绘》（CN42-1820/J）；2019.01。 (7) 《计算机技术在食品安全追溯体系中的应用研究》，《轻工科技》（CN45-1385/TS）；2019.05。 (8) 《共享经济时代企业人力资源管理创新研究》，《合作经济与科技》（CN13-1296/N）；2019.11。 (9) 《黄河流域生态保护与高质量发展研究》（成果一），《合作经济与科技》（CN13-1296/N）；2021.05。 (10) 《黄河流域生态保护与高质量发展研究》（成果二），《合作经济与科技》（CN13-1296/N）；2021.07。 3. 获得的教学表彰/奖励 (1) 河南省教育厅学术技术带头人（2021.10）。 (2) 全国职业院校创业技能大赛优秀指导教师（2014.12）。 (3) 漯河市教育系统优秀教师（2018.9）。 (4) 漯河市社科工作先进个人（2015.4）。 (5) 河南省第二十二届教育教学信息化大奖赛“河南省一等奖”（2018.8）。
--	---

2. 教学团队其他教师情况（包括其他主讲教师、助教、技术支持等）

姓名	出生年月	专业技术职务	从事专业	承担教学任务	备注
曹源	1982.4	副教授	市场营销	食品营销管理	
张晓丽	1973.10	副教授	市场营销	食品现场营销	
丁超君	1982.2	副教授	课程思政	食品营销课程 思政	
苏会侠	1976.12	副教授	市场营销	食品营销策划	
许红娜	1982.6	副教授	电子商务	食品网络营销	
李娟	1981.5	副教授	市场营销	食品营销案例 分析一	
李雁函	1987.6	经济师	市场营销	食品营销案例 分析二	
杨华伟	1980.4	经济师	食品营销	食品营销案例 分析三	企业兼职教师；工作单位：双汇集团
张卫东	1985.3	经济师	食品营销	食品营销案例 分析四	企业兼职教师；工作单位：泰国正大集团
郑先童	1986.5	经济师	食品营销	食品营销案例 分析五	企业兼职教师；工作单位：卫龙美味全球控股有限公司策划部总监
秦令祥	1980.10	高级工程师	食品营销	食品营销案例 分析六	企业兼职教师；工作单位：河南夕阳蓝公司销售总监

注：其他教师指除课程负责人以外的所有团队教师。若其他教师非本校教师，请在备注栏填写受聘教师类别及实际工作单位；联合学校教师请在备注栏填写所在学校名称。

3. 课程情况

3-1 课程描述

3-1-1 课程建设基础 （目前本课程的开设情况，开设时间、年限、授课对象、授课人数，以及相关视频情况和面向社会的开放情况） （1）本课程是食品贮运与营销专业的核心课程；开设时间：2015年至今，累计6年；授课对象：食品贮运与营销专业、市场营销专业学生和双汇商业学院相关学员；授课人数累计为1440人。 （2）本课程相关视频在双汇集团、卫龙集团、河南夕阳蓝公司等企业培训和乡村振兴公益活动中开放和成果应用。	
是否为校级精品在线开放课程	☒ 是 ☐ 否
3-1-2 课程设计 （本课程的教学目标、教学内容及对应的教学资源、教学设计与方法、教学活动与评价等） （1）本课程的教学目标：从学习者的专业特点和实践能力培养出发，采用项目导向、情景教学等新的教学模式，倡导体验、实践、参与、合作与交流以及学习者自主学习的学习方式，通过食品现场营销、食品网络营销、食品广告营销、食品营销管理、食品营销策划五个项目的教学和实训，提升学习者在现代市场营销理论、食品行业特点、食品营销业务活动规律、食品企业经营规则、基本岗位技能等综合营销方面的理论素养和应用技能。同时，通过世界500强企业双汇集团的现实营销案例、泰国正大集团的食品营销案例、全国优秀食品营销企业卫龙美味全球控股有限公司的食品营销案例、河南夕阳蓝公司食品综合营销案例等六个案例的具体分析，真正将食品现场营销、食品网络营销、食品广告营销、食品营销管理、食品营销策划五个理论教学项目贯穿起来，从发现食品消费需求（认知食品营销、运用食品营销环境分析、运用食品消费者行为分析、运用食品市场竞争者分析与竞争策略、运用食品市场细分、目标市场选择与市场定位）到满足食品消费需求（运用食品营销组合、运用食品营销产品策略、运用食品营销定价策略、运用食品营销分销策略、运用食品营销促销策略）再到管理食品消费需求（运用食品营销管理），形成食品营销思维，提升学生食品营销的应用技术水平，通过“岗课赛证”、“立德树人”，实现高等职业院校教育教学	

改革从职教与产业“对接”引领到产业升级发展需要的科技成果转化价值引领的转变，实现高等职业院校人才培养有效助推我国产业从低端走向中高端的路径。。

(2) 教学内容及对应的教学资源：

项目一：食品现场营销。

包含：案例一《连锁超市店面营销》（2学时）；案例二《大型卖场营销》（2学时）；案例三《食品展会现场营销》（2学时）。对应的教学资源：智慧职教平台《互联网+食品营销技术》、双汇集团食品现场营销案例。

项目二：食品网络营销。

包含：案例一《微商营销》（2学时）；案例二《直播营销》（2学时）；案例三《网店营销》（2学时）。对应的教学资源：智慧职教平台《互联网+食品营销技术》、双汇集团网络营销、南街村集团公司网络营销。

项目三：食品广告营销。

包含：案例一《平面广告营销》（2学时）；案例二《媒体广告营销》（2学时）；案例三《主题活动广告营销》（2学时）。对应的教学资源：智慧职教平台《互联网+食品营销技术》、卫龙集团网广告营销）。

项目四：食品营销管理。

包含：案例一《制定营销计划》（2学时）、案例二《营销活动管理》（2学时）；案例三《市场监控与营销优化》（2学时）、案例四《营销绩效管理》（2学时）。对应的教学资源：智慧职教平台《互联网+食品营销技术》、河南三剑客农业股份有限公司营销管理案例。

项目五：食品营销策划。

包含：案例一《休闲食品营销策划》（2学时）、案例二《绿色食品营销策划》（2学时）、案例三《肉类食品营销策划》（2学时）。对应的教学资源：智慧职教平台《互联网+食品营销技术》、好想你健康食品股份有限公司营销策划案例。

项目六：食品营销综合案例分析。包含，六个案例，每个案例4个学时，共计24个学时。通过世界500强企业双汇集团的现实营销案例、泰国正大集团的食品营销案例、全国优秀食品营销企业卫龙美味全球控股有限公司的食品营销案例、河南夕阳蓝公司食品综合营销案例等六个案例的具体分析，真正将食品现场营销、食品网络营销、

食品广告营销、食品营销管理、食品营销策划五个理论教学项目贯穿起来，从发现食品消费需求（认知食品营销、运用食品营销环境分析、运用食品消费者行为分析、运用食品市场竞争者分析与竞争策略、运用食品市场细分、目标市场选择与市场定位）到满足食品消费需求（运用食品营销组合、运用食品营销产品策略、运用食品营销定价策略、运用食品营销分销策略、运用食品营销促销策略）再到管理食品消费需求（运用食品营销管理），形成食品营销思维，提升学生食品营销的应用技术水平。对应的教学资源：智慧职教平台《互联网+食品营销技术》、世界500强企业双汇集团的现实营销案例、泰国正大集团的食品营销案例、全国优秀食品营销企业卫龙美味全球控股有限公司的食品营销案例、河南夕阳蓝公司食品综合营销案例。

（3）教学设计与方法

①教学设计

《食品营销》课程标准、课程考核方案、课程理论教学设计、课程实践教学设计，创新教学应用场景，提高教学设计效果。

《食品营销》课程教学设计		
项目	任务	课时数
项目一 食品现场营销	案例一 连锁超市店面营销 案例二 大型卖场营销 案例三 食品展会现场营销	6学时
项目二 食品网络营销	案例一 微商营销 案例二 直播营销 案例三 网店营销	6学时
项目三 食品广告营销	案例一 平面广告营销 案例二 媒体广告营销 案例三 主题活动广告营销	6学时
项目四 食品营销管理	案例一 制定营销计划 案例二 营销活动管理 案例三 市场监控与绩效管理	6学时
项目五 食品营销策划	案例一 休闲食品营销策划 案例二 绿色食品营销策划 案例三 肉类食品营销策划	6学时
项目六 食品营销综合案例分析（食品企业营销总监讲解）	六个食品企业真实营销案例（从食品营销的五个模块、三大需求，将4PS、STP、PEST、SWOT、20-80法则等实用技术讲授清楚）	24学时

总计	21个案例	54学时
②教学方法 本课程基于服务区域食品产业升级发展成果转化价值引领的食品技术应用人才培养体系，充分将“产学研转创”、“价值引领、成果转化”、“岗课赛证”等新理念融入教学课程，在学习中凸显创新创业能力的培养。根据学情，采用多媒体教学、情境教学、案例教学，采用“5G+智慧课堂”，进行项目引领、任务驱动教学，使课堂内容生动化、形象化、简易化。结合《食品营销》课程的特点，在教学中采用多媒体教学的方式，运用大量图片、视频、音频使学生在头脑中形成理论知识的具体形象。既吸引学生的注意力，又可激发学生的学习兴趣；既能够认识问题的实质，又能加深学生对知识的理解。 （4）教学活动与评价 ①教学活动 由于《食品营销》是一门应用性极强的课程，所以，本课程注重学生的综合素质，尤其是学生的思辨能力及实践能力的培养，并结合学科特点，借鉴兄弟院校相关课程的教学活动项目，应用现场互动式基本技能讲授法、案例教学法、关键情景教学法、在线讨论法、学生分组式教学、团队训练项目法等教学活动；同时积极运用基于成果转化全过程的成果转化项目课程体系（如下图），培养学生的食品营销技术技能。 <pre> graph LR subgraph "成果转化全过程" A[研发创新] --> B[成果转化] B --> C[检验检测] C --> D[孵化生产] D --> E[进入市场] end subgraph "成果转化项目课程体系" F[企业需求、新技术产生、新研发成果等等] --> G[创新案例项目技术研发项目] H[小试-中试-标准化车间进行转化] --> I[成果转化项目生产项目等] J[食品检测、食品安全等] --> K[检测项目案例项目] L[投资、落地、生产] --> M[市场推广项目案例项目] N[新产品、新技术进入市场] --> O[创业项目创业案例] end G --> P[双创案例课程] I --> P I --> Q[生产项目课程] K --> P K --> Q K --> R[科学技术课程] M --> R O --> R S[产业升级] -.-> E </pre>		

②创新学生考试和评价方式

一是，积极应用“产学研转创”的平台，提升学生课堂的技能操作和网络营销水平，实行学生营销实战业绩的考核，学生的营销实战业绩可以置换《食品营销》课程对应的分值（或评价）。

二是，积极应用“产学研转创”的平台，创新学生考试和评价方式，将“价值引领、成果转化”的项目考核作为学生的考试和评价的新方式。

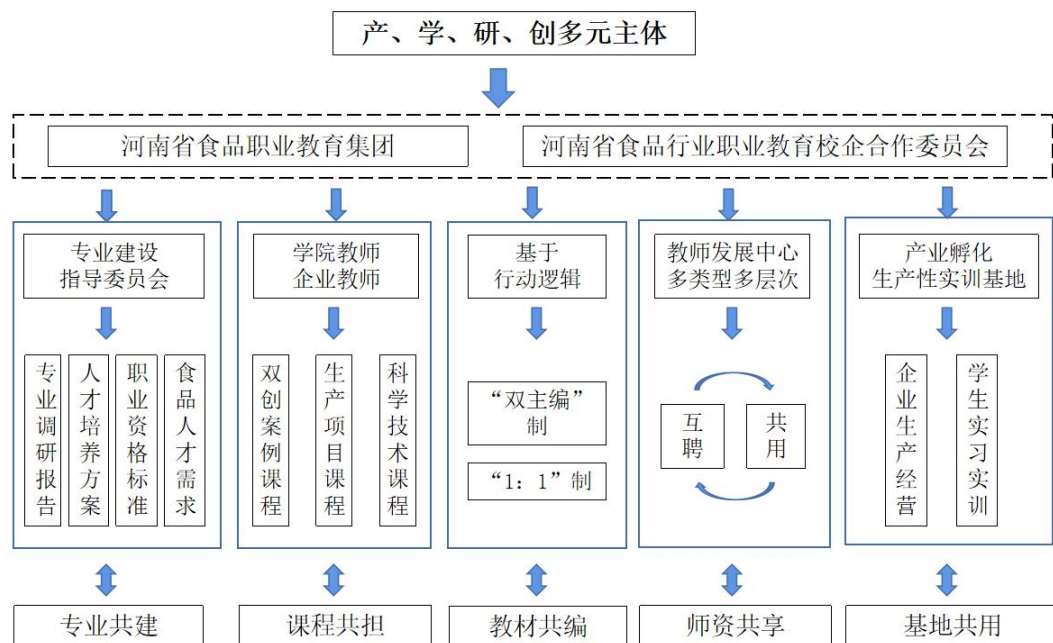
三是，鼓励学生通过“岗、课、赛、证”，实行《食品营销》课程的置换考核方式。

3-1-3 相关教学资源储备情况

(1) 已经建设校级精品课程《食品营销》。

(2) 为了满足课程的理论与实践的应用性，学校编写了《食品营销》（校本讲义）。

(3) 形成了《食品营销》“五共”人才培养机制（如下图）和相应教学资源。



课程有效网址链接 <http://jpkc.lsgx.com.cn/>

4. 评价反馈

4-1 自我评价（本课程的主要特色介绍、影响力分析，国内外同类课程比较）

（1）主要特色介绍

①课程理念创新。《食品营销》课程已纳入《食品贮运与营销专业人才培养方案》，实施学分管理，并经过六个学期的建设和完善；本课程基于服务区域食品产业升级发展成果转化价值引领的食品技术应用人才培养体系，充分将“产学研转创”、“价值引领、成果转化”、“岗课赛证”等新理念融入教学课程，在学习中凸显创新创业能力的培养。根据学情，采用多媒体教学、情境教学、案例教学，采用“5G+智慧课堂”，进行项目引领、任务驱动教学，使课堂内容生动化、形象化、简易化。结合《食品营销》课程的特点，在教学中采用多媒体教学的方式，运用大量图片、视频、音频使学生在头脑中形成理论知识的具体形象。既吸引学生的注意力，又可激发学生的学习兴趣；既能够认识问题的实质，又能加深学生对知识的理解。《食品营销》课程理念先进，坚持立德树人，体现以学生为中心，注重体现学校的办学定位和专业特色。

②教学应用场景创新。建立网络教学平台，融入数字经济和企业真实营销实战环节，改革课堂模式，凸显产教融合。课程内容与时俱进。立足经济社会发展需求和人才培养目标，优化重构教学内容与课程体系，及时将新技术、新工艺、新规范和典型生产案例引入课程，体现教学内容的前沿性和时代性。为了使全校的学生随时了解课程内容，教学大纲，主讲教师的基本情况和企业食品营销的环境，专门在学院网上、智慧职教、微信公众号上，建立了《食品营销》课程的教学平台，着实方便学生学习。学生可以使用智能手机，通过点击相关链接，了解整个课程内容，每章的重点、难点及解析，课程项目和任务、作业及案例点评，随时随地在线学习。课程内容无著作权侵权行为，符合国家法律法规规定。课程是已上线运行的校级精品在线开放课程，课程结构完整、资源充足；课程团队主讲教师需担任课程教学工作。

③课程评价体系创新。积极应用“产学研转创”的平台，提升学生食品营销的技能操作和网络营销水平，实行学生营销实战业绩的考核，学生的营销实战业绩可以置换《食品营销》课程对应的评价，探索在“产学研转创”的平台上，将“价值引领、成果转化”的项目考核作为学生的考试和评价的新方式；创新学生通过“岗、课、赛、

证”，实行《食品营销》课程的置换考核方式。《食品营销》课程教学设计科学合理，围绕教学目标达成、教学内容、组织实施和多元评价需求进行整体规划，教学策略、教学方法、教学过程、教学评价等设计合理。

（2）影响力分析

本课程是食品贮运与营销专业的核心课程；开设时间：2015年至今，累计6年；授课对象：食品贮运与营销专业、市场营销专业学生和双汇商业学院、卫龙产业学院、南街村集团、三剑客集团等相关学员；授课人数累计为1440人；较好地提升了学习者的食品营销技能和市场经营水平。

（3）国内外同类课程比较

该课程在国内首创“案例+企业实战”的应用场景教学模式，充分将“产学研转创”、“价值引领、成果转化”、“岗课赛证”等新理念融入教学课程，在学习中凸显创新创业能力的培养。与国内外同类课程比较，更具有实操性、应用性和创新性。

4-2 学生评价（如果本课程已经面向学生开设，填写学生的评价意见）

（1）通过《食品营销》课程的学习让我认识到了食品企业营销的重要性，懂得了食品营销的线上、线下渠道融合，能让我顺利到双汇集团就业。（2020级高职食品贮运与营销专业，杨亚龙）

（2）通过《食品营销》课程的学习让我认识到了食品营销在食品企业发展中的重要性，学会了食品营销管理和食品营销策划技术，我顺利进入了双汇集团工作。（2019级高职食品贮运与营销专业，严耀东）

（3）《食品营销》课程充分将“产学研转创”、“价值引领、成果转化”、“食品网络营销”等新理念融入教学课程，提升了我在卫龙集团的业务能力。（2018级高职食品贮运与营销专业，闫鹏飞）

（4）《食品营销》课程充分将“立德树人”“产学研转创”“价值引领、成果转化”“食品营销课程思政”“食品营销策划”等新理念融入教学课程，帮我树立了食品营销中的“安全无小事”的思想和不忘初心的食品营销目标，提升了我在南街村集团的食品营销和企业策划能力。（2018级高职食品贮运与营销专业，杨磊）

4-3 社会评价（如果本课程已经全部或部分向社会开放，请填写有关人员的评价）

（1）通过《食品营销》课程的学习，提高了我集团对食品营销的重视度，尤其是食品营销现场、网络、广告等环节的操作水平，使得相关部门更加重视食品营销的管理和加强线上营销的力度，受益匪浅，很实用，是培训员工的好课程。（双汇集团综合事业部营销副总经理，杨华伟）

（2）通过《食品营销》课程的学习，提高了南街村集团在食品营销策划和线上食品营销的技能，能够激发销售人员多角度的创新思维和多渠道营销，这既是培训员工的好课程，也是提升食品企业销售能力的好素材。（南街村集团公司营销总监，赵洪浦）

（3）《食品营销》课程深入浅出的将发现食品消费需求、满足食品消费需求、管理食品消费需求贯穿到案例教学、企业营销情境之中，很是使用，是难的应用型课程。（河南大树食品有限公司董事长，吕瑰玮）

（4）《食品营销》课程弘扬了劳模精神、劳动精神、工匠精神，是结合食品企业发展最重要的营销环节，所形成的产教融合、思政融入的实用型课程，在学生学习 and 员工培训中，不仅能守正食品行业职业道德，还能提升学习者的营销实用技能。（河南三剑客农业股份有限公司总经理、河南省劳动模范，常小静）

（5）《食品营销》课程在卫龙产业学院学员培训中得到了肯定，是门实用性课程，不仅提升了学员的食品营销思维，还鼓励学员创新求变，在营销渠道和市场终端中寻求突破，较好地提升了卫龙食品员工的食品营销技能和团队合作能力。（卫龙食品公司企宣部总经理，郑先童）

（6）《食品营销》课程弘扬了劳模精神、劳动精神、工匠精神，是结合食品企业发展最重要的营销环节，所形成的产教融合的多角度营销课程，在公司培训中，提升了员工线上营销技能和线下渠道营销水平，非常使用。（河南三剑客奶业有限公司董事长、河南省优秀中国特色社会主义事业建设者、中国（食品行业）品牌创新人物、河南省五一劳动奖章获得者，李益民）

5. 建设措施（包括后续建设与维护计划及措施、预期效果、经费预算等）

（1）后续建设

①整合现有课程资源，与已有课程的学习者和一线食品企业的营销人员深度调研，发现新的问题和新的食品营销技术，融入本课程，做好“岗课赛证”的真正融通，做好学员的创新营销思维，提高学员创新创业和就业的核心竞争力。

②通过学校网站、智慧职教平台，系统梳理和上传更实用的视频、微视频和与时俱进的案例。

③立德树人，提升课程思政的元素，提升劳模精神、劳动精神、工匠精神的课程元素，打造既具有专业实用性的课程，又具有食品行业特色的匠心课程。

④提升课程的互动性、参与性，积极应用“产学研转创”的平台，提升学生食品营销的技能操作和网络营销水平，实行学生营销实战业绩的考核，学生的营销实战业绩可以置换《食品营销》课程对应的评价。

⑤提升课程的社会服务能力，融入知名食品企业的营销理念、战略布局、战术操作规范和新时代创新思维。

（2）维护计划及措施

①课程小组积极维护和提升现有学校网站的课程资源。

②在智慧职教平台上构建《食品营销》课程资源，形成电脑、手机互动课程资源。

③结合中国食品名城“云食品”的战略布局，形成云端课程《食品营销》。

（3）预期效果

在未来1年内，课程组将在上级部门的支持下，持续从教学团队、课程理念、教学设计、典型生产案例引入课程、教研、科研等方面加强建设，完成课程建设的相关任务，力求成为河南省职业院校中特色鲜明、教学效果好的示范性课程。

课程在线学习人员达到5000人，争取评为优秀的河南省职业教育精品在线开放课程。在未来3年内，争取评为国家级精品在线开放课程，并获得相关学生、企业培训员工和社会关注者的肯定；积极服务河南区域食品企业发展，乡村振兴、农业强省等社会领域，取得显著的经济社会效益。

(4) 经费预算				
建设项目	经费预算（万元）	建成时间	建设成效	备注
课程深度调研	0.5	2021.12	挖掘课程问题	深入食品企业、学员
完善项目一 食品现场营销	1	2022.1	解决问题、激发 学员学习积极性	一线食品营销人员参 与课程
完善项目二 食品网络营销	1	2022.2	解决问题、激发 学员学习积极性	一线食品营销人员参 与课程
完善项目三 食品广告营销	1	2022.3	解决问题、激发 学员学习积极性	一线食品营销人员参 与课程
完善项目四 食品营销管理	1	2022.4	解决问题、激发 学员学习积极性	一线食品营销人员参 与课程
完善项目五 食品营销策划	1	2022.5	解决问题、激发 学员学习积极性	一线食品营销人员参 与课程
完善项目六 食品营销综合 案例分析（食 品企业营销总 监讲解）	3.5	2022.6	食品企业营销总 监讲解；解决现 实问题、激发学 员学习积极性	一线食品营销人员参 与课程
形成互动课程 资源	3	2022.7	形成智慧职教平 台课程	形成基于“5G+”的电 脑、手机互动课程 资源
合计	12.0			

6. 单位意见

申报学校:

同意

单位(公章)

单位主管领导(签字)

李王象

2021年12月2日

联合学校:

单位(公章)

单位主管领导(签字)

年 月 日