马来西亚华文独立中学

商业学课程标准

董教总华文独中工委会统一课程委员会

2023 年 8 月

2025 年 1 月第 1 次修改

目录

一、前言.....1

二、总目标.....1

三、核心素养.....2

四、基本理念.....7

五、课程目标.....8

六、课程构思.....11

七、课程内容.....12

八、教学建议.....22

九、评量建议.....24

十、实施要点.....28

十一、附录

（一）认知、技能与情意领域.....29

（二）商业学认知目标常用之行为动词.....30

一、前言

2018 年《独中教育蓝图》提出“乐教爱学，成就孩子”作为独中教育改革的愿景，其意为华文独中会是教师乐教、学生爱学的学习乐园，每一位走进华文独中的孩子，都能健全成长、主动学习，既能立足本邦，也能面向世界，独中教育成就他们的未来。在这份愿景下，独中教育改革的总体目标为：每位学生在德、智、体、群、美等各方面，都有全面且具个性的发展，能够终身学习、自强不息、勇于探索、敢于创新、无惧应变，有充分的自信和合群的精神，既有能力达至个人的幸福，也愿意为家庭、族群、社会、国家的和谐、繁荣、进步、自由和平等不断努力，并做出贡献。为了贯彻与落实《独中教育蓝图》所提出的教育愿景与目标，独中统一课程委员会于 2020 年 3 月推出《马来西亚华文独立中学课程总纲》（简称《课程总纲》），具体推动独中课程的改革与发展。

独中课程改革以培养“终身学习者”为最终目标，致力于改善学科课程及提供跨学科与跨领域的学习机会，以培养学生自主学习、沟通协作及社会参与的能力。各学科将依循《课程总纲》的原则与方向拟定课程标准，力求完善学科的基本理念、目标、素养，课程构思和内容，以及教学和评量建议。在课程实施方面，保留更多弹性与选择，鼓励小组学习、任务性学习、探究式学习等；在学科学习成效的评量部分，采用多元评量，以发展学生的多元智能。各学科课程标准的制订与优化，应呼应《独中教育蓝图》的愿景和《课程总纲》的建议，为学科发展打开新的局面。

二、总目标

马来西亚华文独中是一项持续性的教育事业，除了传承中华文化外，也让每位学生在德、智、体、群、美各方面，都有全面且具个性的发展，能够终身学习、自强不息、勇于探索、敢于创新、无惧应变，有充分的自信和合群的精神，既有能力达至个人的幸福，也愿意为家庭、族群、社会、国家的和谐、繁荣、进步、自由和平等不断努力，并做出贡献[1]。

（一）初中课程目标

1. 建立学生在德、智、体、群、美的基础，并能依据个性，均衡发展各个方面的能力。
2. 培养学生学会学习、阅读及思维的能力和习惯，为自主学习做好准备。
3. 确保学生在知识、能力和态度的培养都达到基本水平，并进一步激发学生的自我潜能，追求卓越。
4. 建立学生对生活和生命方面的积极态度和正面价值观。
5. 塑造让学生认识我国各民族的语言、文化、宗教等的学习环境，引导学生尊重多元文化、认同国家及开拓全球视野。

（二）高中课程目标

1. 适性发展学生在德、智、体、群、美的各项才能，为未来的工作、创业、学习和生活做好准备。

[1] 董总（2018）。独中教育蓝图（页 49）。马来西亚华校董事联合会总会。

2. 奠定学生自主学习的基础，进一步养成好学、独立思考、批判和创造创新的能力。
3. 培养学生追求卓越与利他的态度，为个人、社区、国家和人类打造更幸福的生活条件。
4. 引导学生充分的自我认识，并对未来有信心和把握，能够应对社会和时代的变迁。
5. 培养学生对家庭、族群、社会及国家的承担力，能够尊重多元文化，开扩全球视野。
6. 创造让学生积极参与多元族群活动的机会，能够在跨文化环境中与人交流和学习。

三、核心素养

《总纲》依据《独中教育蓝图》提出的六项核心素养[2]，及因应课程发展需要增加的三项核心素养，组成九项核心素养。在规划初高中课程发展阶段时进一步说明其内涵。核心素养强调人的综合素质，也涵盖了知识、能力以及态度。

图 1

独中教育核心素养结构图

图1展示独中课程发展以培养学习者的终身学习为轴心，扩展成为“成就孩子”的三个理念，即自主学习、沟通协作与社会参与。核心素养结构图的外圈以颜色光谱的方式呈现，揭示九项素养融合三大理念的内涵，内外圈线条不对齐进一步阐明每一项素养的落实都包含了三大理念的贯彻。基于统整融汇的大原则，同时兼顾具体落实的可行性，《总纲》将每一个理念以三项素养来推展，其详细说明如表1所述。

[2] 董总（2018）。独中教育蓝图（页 40-41）。马来西亚华校董事联合会总会。

表 1

初高中核心素养内涵与学习者形象

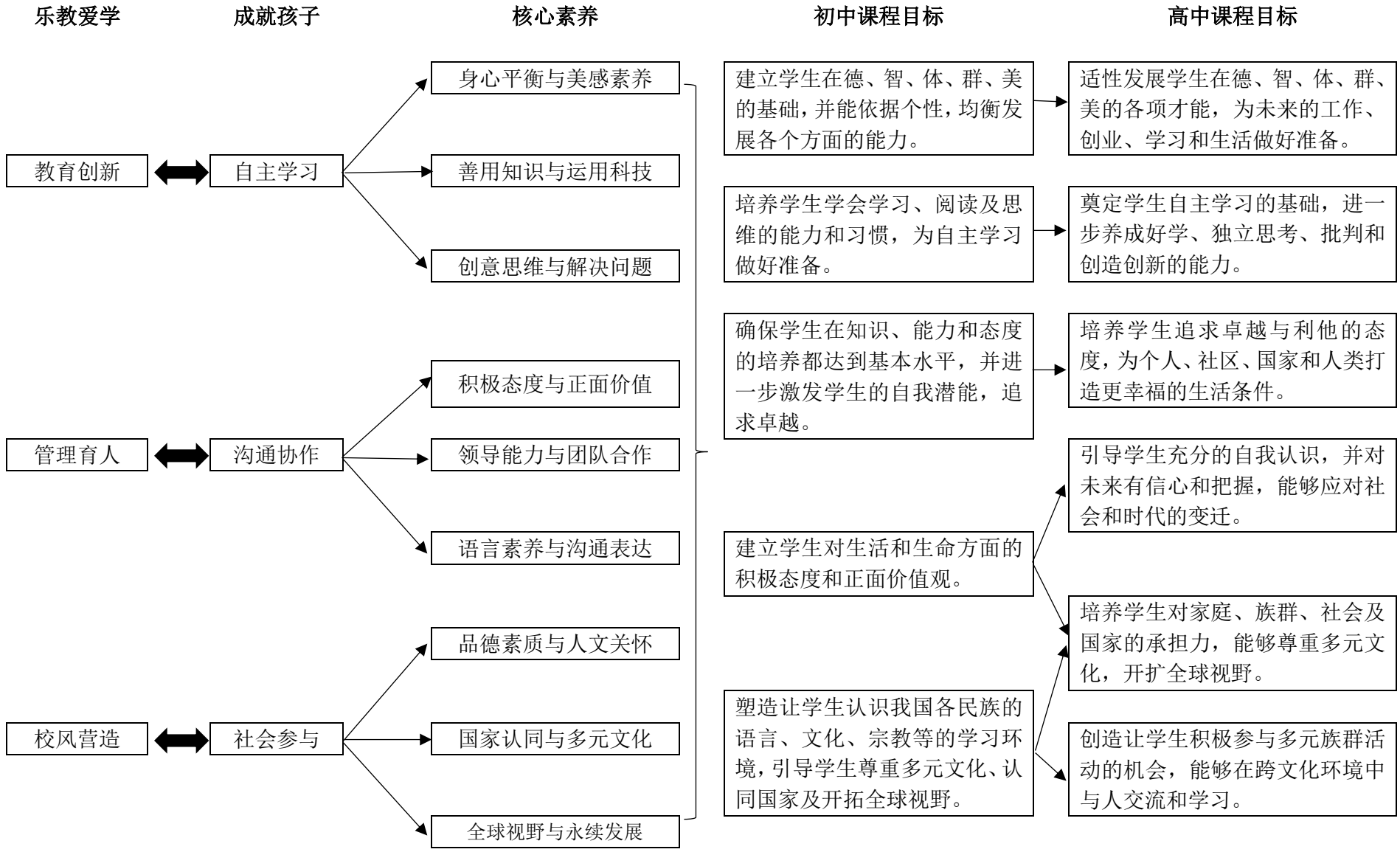
理念	核心素养	说明	初中	高中	学习者形象
A 自主学习	**A1.身心平衡与美感素养**	具备照顾个人身心健康和平衡发展的能力，懂得欣赏生活中美好的人事物，能够检视自己在学习和成长过程的经验，调整生涯发展中各个阶段的追求，为身心发展带来助益，同时展现积极的心态，为自己的生命创造幸福。	具备对个人身心发展的良好认知，认识美感的特质，能够在生活中发现自我价值，展现生活的丰富性和美感体验，以积极的心态，体会生命的意义。	具备提升身心素质的能力与方法，懂得欣赏人事物的真善美，肯定自我价值，明确生涯追求，懂得以生活美学丰富人生的意义，不断自我进步和超越，创造个人的幸福人生。	懂得关爱自己的人
	A2.善用知识与运用科技	具备读写算能力及生活技能，学习三语、数学和历史等核心科目；了解和学习其他领域知识，善用资讯科技工具，进行沟通互动与表达，以取得全面发展，并应用到实际生活中，从中提升学习成效，克服学习疑难。	具备掌握知识与各类符号表达的基础能力，同时掌握资讯科技工具的应用，以察觉日常生活中的问题，并进行人际沟通、体验与实作。	具备运用各类符号表达的能力，掌握资讯科技工具的运用，并能够专注和深化某一方面的知识领域，以进行经验、思想、价值与情意之表达与沟通，并发挥创意、解决问题。	有知识的人
	A3.创意思维与解决问题	具备探究、批判与推理的能力，并能发挥创新精神，掌握自主学习技能去解决生活与生命问题，并作出决策，以回应社会变化。	具备主动学习、探究、思辨、批判与推理以及创新的高思维能力，并运用适当的策略去处理和解决日常生活及生命议题。	巩固探究、思辨、批判与推理及创新的高思维能力，发挥主动学习态度，并在此基础上，进一步探究未知的领域，发挥创新精神，解决日常生活中所面对的各种议题和挑战。	能够解决问题的人

理念	核心素养	说明	初中	高中	学习者形象
B 沟 通 协 作	**B1.积极态度与正面价值**	具备尊重、自主负责、好学的态度，与正面的价值观以面对日常生活、学习过程中的各种挑战。认知到实践社会责任的重要性，在面临困境的过程中有勇气做出明确而适切的判断，并且学习面对差异，处理冲突。	探索自我价值观与外在环境价值观，察觉个人与外在价值观之间的差异，学习面对个人与他人的差异，并培养尊重、自主负责、好学的态度、与正面的价值观。	深化对于尊重他人、关怀与欣赏他人差异的态度与价值观，并深入探索自我与外在价值观的差异，学习处理冲突，肯定与实践正向的价值与态度。在面对困境与挑战，有勇气做出明确而适切的判断。	懂 得 关 怀 他 人 的 人
	B2.领导能力与团队合作	具备团队领导能力，能够与他人有效合作及建立良好的互动关系，发展与人沟通协调、社会参与及服务等团队合作的素养。	具备基本自主能力及良好的习惯，乐于与人互动，建立良好的合作关系，同时能够通过团队的协作完成任务。	具备同理心、自主判断能力、合群的知能与态度，同时发展沟通协调及团队合作之素养，能够与人良好互动与协作，有规划和步骤的完成任务。	有 团 队 精 神 的 人
	B3.语言素养与沟通表达	具备对语言背后文化、风俗习惯、宗教背景的认识，透过华语传承中华文化的内涵，掌握马来语发挥爱乡爱国的精神，通晓英语与国际接轨，并在条件允许的情况下，掌握更多的语言，并能将语言适当的运用在不同的场合，达到最佳的沟通效果。	具备对语言背后文化、风俗习惯、宗教背景的认识，透过华语承载中华文化的内涵，透过马来语和英语结交不同种族的朋友，强化听说读写能力，充分体认语文作为文化传承和沟通表达的重要性。	充分掌握华语，并拥有鉴赏的能力，通过马来语与英语的学习丰富自己对国内外各民族文化、风俗、宗教等特质的认识，并在条件允许的情况下，掌握更多的语言，以协助未来升学与职业的发展。	擅 长 沟 通 的 人

理念	核心素养	说明	初中	高中	学习者形象
C 社会参与	**C1.品德素质与人文关怀**	具备良好的品德实践，能够管理好自己的行为，明白提升个人素质是一种社会责任，从而学习不断完善自己的品德，亦能够欣赏他人，同理他人的立场，尊重他人表达和言论的自由。	具备良好品德的实践能力，能够适时反省自己的行为，并能够贯彻改变由我开始的积极主动精神，同时善于聆听不同的意见和表达方式，尊重别人的选择。	具备关注道德议题和公共议题的态度，展现严以律己，宽以待人的风度，同时能够通过合理的方式去表达个人对社会的关心，同时学习从不同的观点去看待公共议题。	心胸宽广的人
	C2.国家认同与多元文化	具备对自身文化的认同感，了解并尊重友族文化，融合多元文化于生活之中，认识国家历史，认同国家的多元文化，以身为马来西亚人为荣，具有公民意识与责任，共同维护国家的和谐，促进国民团结。	具备对自身文化的了解，同时理解与接纳友族文化，尊重差异，关注国家事务，能够积极参与社区的建设，具有服务他人的积极态度。	具备对自身文化的认同，同时能尊重与欣赏多元文化之间的差异，具有公民意识与公民责任，展现维护国家的和谐以及促进国民团结的精神，能够积极参与社区和国家的建设，造福人群。	有爱乡爱国精神的人
	C3.全球视野与永续发展	具备关心全球议题与国际情势的素养，对环境、经济，和社会问题表现关注，身体力行不损害环境、他人和后人的生活方式，贯彻永续发展的理念，珍惜地球的资源。	具备对全球议题和国际情势的认识，能够对环境、经济，和社会问题表达想法，展现珍惜地球资源的生活方式，关心环境和社会正义相关的议题。	具备对全球议题和国际情势发表看法的能力，能够辩论环境、经济，和社会问题，身体力行不损害环境、他人和后人的生活方式，愿意参与保护环境和维护社会正义的公益活动。	有永续发展信念的人

图 2

理念、核心素养与课程目标关系图



四、基本理念

独中高中类科课程架构之“专业知识类科目”（图 3）是以学生适性发展为目的，让学生从中探索个人的志向兴趣及生涯发展。高中商科教育是“专业知识类科目”的其中一组，提供一个学习平台给对商科有兴趣的学生，为学生未来的升学及职涯做准备。

图 3

高中类科课程架构

独中商业学科（Business Studies）是高中商科教育的一门学科，归属于社会学科领域。课程内容涵盖基本商业、商业管理与创业三个领域，兼顾理论与实务，以培养学生的商业素养(Business Literacy)，促进学生发掘个人的潜能及规划个人的生涯，也为国家培育商业领域的人力资源，满足经济社会发展的需求。

学生透过商业学课程的学习，理解基本商业、商业管理与创业的知识，以及运用这三个领域的知识与能力来探究商业社会的各种事实、现象、关系与变化，激发执行、管理与领导素养，为未来成为有能力与道德的就业者或创业者奠定基础，也成为负责任的公民，为自己、家庭、社区和国家带来福祉。

商业学课程强调教学与评价多元化，让学生体验多元的学习经历。在学习过程中展现所习得的知识、技能与态度。其对中学生所起的作用如下：

1．掌握与应用商业、管理与创业的基础知识

学生在中学积累的商业、管理及创业的知识，有助于学生探索个人的兴趣取向与生涯规划，以及了解商业活动在国家与全球经济发展所扮演的角色，进而能愉快自信地在商业社会生活。此外，商业认知能力的积累也能普遍应用于许多不同的学习环境中，为学生的终身学习奠定基础。

2．掌握商业技能

商业学教科书的内容、热身活动、学习活动、延伸学习、商业档案、自我启发，以及综合各章内容的专题研习（Project Based Learning）等，有助于学生运用商业、管理及创业的知识，也能加强学生掌握商业技能如：沟通、团队合作、市场与社交技能等，促进学生适应多元文化的商业社会。

3．培养学生的商业道德观

建立正确的工作价值观与良好的品格态度是职业生涯成功与幸福生活的重要条件。透过教材引导学生从可持续经营的角度，探讨社会范畴的人文文化，经济范畴的利润并关注贫富差异，以及环境范畴的保护环境，以培养学生的商业道德观，成为对商界和社会有贡献的人力资本。

4．为学生的升学打下基础

学习商业、管理、创业的内容，有助于激发学生对商业的好奇心，发展学生对商业的兴趣，为有意在高等教育中选修商业课程奠定基础。

5．为学生就业及创业做准备

透过商业学课程，了解职场与商业环境，思考个人的职业志趣及生涯发展。这有助于学生探索职业及创业志向，并适应多元与跨文化的工作环境。

五、课程目标

商业学的课程设计以素养（Competency）为导向，注重学生适应现在生活及未来挑战所应具备的知识、认知、技能的能力，以及态度、情感、价值观与动机等。它包含独中“成就孩子”的三个理念：自主学习、沟通协作及社会参与。

认知领域（Cognitive Domain）是指了解和认识商业、管理与创业的客观事物而获得知识（Knowledge），包括了对知识的记忆与理解的低思维能力，以及应用、分析、评价与创造的高思维能力。

技能领域（Psychomotor Domain）是完成学习任务（如：课业、活动、专题研习）的能力，包括了倾听、沟通、时间管理、团队合作、多重任务技能、创新技能、市场与社交技能等等。

情意领域（Affective Domain）是对人、任务、工作的感受或看法，而进行经验、思想、价值、态度与情感之表达，包括了诚信、积极主动、冒险精神、创业精神等等。

商业学科按商科生的职涯发展来制定学科素养，包括了执行素养、管理素养、领导素养。这三项素养也指引该科目的教学及评量方式。

1.执行素养（Execution Competency）

学生透过课程与学习活动，认知到执行者所需具备的基本商业知识，并从专题研习中掌握相关的技能与态度。

2.管理素养（Management Competency）

学生透过课程与学习活动，认知到管理者所需具备的商业管理知识，并从专题研习中掌握相关的技能与态度。

3.领导素养（Leadership Competency）

学生透过课程与学习活动，认知到创业者所需具备的创业与领导知识，并从专题研习中掌握相关的技能与态度。

学生通过基本商业、商业管理、创业领域的课程内容，以及专题研习的实践，展现执行素养、管理素养、领导素养，这些学科素养的内涵（表 2）是学生终身学习的重要能力。

表 2

商业学学科素养内涵

<table>
<tr><th rowspan="2">领域</th><th rowspan="2">学科素养</th><th colspan="3">具体内涵</th></tr>
<tr><th>认知</th><th>技能</th><th>情意</th></tr>
<tr><td>高一

基
本
商
业</td><td>执行素养
(Execution Competency)</td><td>1.商业学学习及专题研习
2.商业与永续性
3.国内贸易
4.国际贸易
5.商业组织
6.个人理财
7.精明消费</td><td rowspan="3">1.倾听(Active Listening)
2.沟通(Communication)
3.时间管理(Time Management)
4.团队合作(Teamwork and Cooperation)
5.学习技能(Learning Skills)
6.制定目标和关键成果技能(Setting Objectives & Key Results Skills)
7.多重任务技能(Multi-tasking Skills)
8.审查技能(Auditing & Review Skills)
9.数位技能(Digital Skills)
10.分析与解读资料(Data Analysis & Interpretation)
11.解决问题技能(Problem-solving Skills)
12.探究(Exploratory Research)
13.市场与社交技能(Market & Networking Skills)
14.创新(Innovation)</td><td rowspan="3">1.诚信(Integrity)
2.积极主动(Proactive)
3.自律(Self-discipline)
4.遵守指示与条例(Conformity)
5.乐于助人(Helpfulness)
6.正向思考(Positive Thinking)
7.适应改变(Adaptability)
8.求证事实(Fact-finding)
9.求同存异(Seek Commonality and Keep Differences)
10.有担当(Be Responsible)
11.果断(Decisiveness)
12.冒险精神(Risks Taking)
13.创业精神(Entrepreneurship)
14.不屈不挠(Never Give-up)</td></tr>
<tr><td>高二

商
业
管
理</td><td>管理素养
(Management Competency)</td><td>1.营运管理
2.供应链管理
3.行销管理 I
4.行销管理 II
5.人力资源管理 I
6.人力资源管理 II
7.财务管理 I
8.财务管理 II</td></tr>
<tr><td>高三

创
业</td><td>领导素养
(Leadership Competency)</td><td>1.创业与企业家精神
2.领导与管理
3.商业模式
4.企业治理与责任
5.企业风险管理
6.政府预算与税务</td></tr>
</table>

独中教育愿景为乐教爱学、成就孩子；《课程总纲》依循独中教育愿景，提出自主学习、沟通协作、社会参与，来贯彻核心素养，培养学生成为终身学习者。依据《课程总纲》，商业学课程目标（Curriculum Objective）对核心素养的呼应如下：

核心素养		**课程目标** 学生在完成高中三年商业学的课程后，能够:	
A 自主学习	A1 身心平衡与美感素养	CO1	敬业乐业，在职业与生活的平衡中培养美感素养，从待人处事的过程中展现真善美，发掘个人的潜能与兴趣，规划生涯。
	A2 善用知识与运用科技	CO2	具备运用基本商业、商业管理、创业的基本知识，透过课程与专题研习掌握执行、管理与领导素养，以及应用数位科技与媒体。
	A3 创意思维与解决问题	CO3	透过系统思维，了解商业活动、商业经营管理环境及市场动向，应用学习、审查、分析与解读数据、探究、创新等技能以解决问题。
B 沟通协作	B1 积极态度与正面价值	CO4	展现积极主动、正向思考、适应改变、求证事实、有担当、果断、冒险精神、创业精神、不屈不挠的态度于探究商业、管理与创业的问题与课题。
	B2 领导能力与团队合作	CO5	应用于日常生活与未来的职业生涯，通过专题研习等学习活动，展现团队合作、时间管理、制定目标和关键成果技能、多重任务技能，并做出决策。
	B3 语言素养与沟通表达	CO6	展现跨族群、跨文化的商业沟通、倾听、市场与社交技能。
C 社会参与	C1 品德素质与人文关怀	CO7	遵守法规及公民责任，建立职业伦理与商业道德，展现诚信、自律、乐于助人、求同存异的态度。
	C2 国家认同与多元文化	CO8	在商业活动、管理、创业、职场上，意识到尊重与欣赏多元文化，促进国家发展及维护国民团结。
	C3 全球视野与永续发展	CO9	了解商业全球化及永续发展的议题，省思商业组织与自我的社会责任。

六、课程构思

（一）课程设置

依据《课程总纲》的高中类科课程架构，商业学课程属于专业知识类科目。教学年段为高一探索、高二与高三专精。每节 40 分钟编排教学，建议高一每周 2 节（4 学分），高二及高三每周各 3 节（6 学分）。由于每节是 2 个学分，故高中三年总学分为 16 学分。

商业学课程分三册，共 21 章。必修与选修建议如下：

课程	必修 （商科、文商科）	选修
高一 领域：基本商业 2 节（4 学分）	√	（学校自行决定） *建议：* *高二（文科、理科、技术科）*
高二 领域：商业管理 3 节（6 学分）	√	（学校自行决定）
高三 领域：创业 3 节（6 学分）	√	（学校自行决定）

（二）设计思路

依据课程的基本理念，商业学科的设计思路如下:

1．学生的全面发展

学生为学习主体，课程设计以学科知识、社会需求和学生发展为基点，依据学会认知、学会做事、学会共同生活、学会生存来组织设计课程。课程注重基本商业、管理与创业知识的学习，以及技能与态度的培养，满足学生升学、就业、终身学习的需要，培育出身心全面发展的学生。

2．课程内容与生活紧密联系

商业与生活、工作、消费、储蓄、投资、创业等息息相关。课程内容的选择以符合高中生身心发展的学习规律及生活经验为基础，反映国内与全球商业活动的发展趋势，让学生在日常生活中应用所学，并有能力、自信、愉快地生活在多元文化的社会。

3．素养导向

借由课程设计、教与学活动、评量，来培养学生掌握学科素养。教材编写遵循先易后难、由简到繁、由具体到抽象、图文并茂，以提高内容的趣味性、实用性与启发性。教材的布置包括了引起学习动机的热身活动，加强学习成效的学习活动、延伸学习、商业档案、温习室与专题研习。

4．加强横向联系与纵向联系

为了让学生获得统整的知识与能力，而注重商业学科与其他商科科目之间的横向联系，以及学科本身各章之间的横向联系，并各章中的节与节之间的纵向连贯。

七、课程内容

商业学科的课本编写参照了我国教育部、英国剑桥考试、香港与台湾教育部商业科目的课程纲要。从商人或企业家经营生意的角度去构思内容，内容强调理论与实用相结合，以生活化、趣味性、实用化、循序渐进和图文并茂的手法呈现。各章设置思维导图与概念图呈现该章的核心概念、重要的原理原则、各节之间的关系。

课程宗旨是让学生在学习基本商业、商业管理与创业的知识的过程中，也掌握相关的技能与态度，以培养学生的学科素养，并且为升学、就业、创业与终身学习奠定基础，也为国家培育商业领域的人力资源，满足社会发展的需求。

课程结构由三个领域即基本商业、商业管理及创业组成。内容分：必读内容、选读内容、参考内容（供延伸阅读，非考试范围）。

表 3

商业学课程结构

年级		高一	高二	高三
领域		基本商业	商业管理	创业
内容	必读	2.商业与永续性 3.国内贸易 4.国际贸易 5.商业组织 6.个人理财 7.精明消费	1.营运管理 3.行销管理 I 4.行销管理 II 5.人力资源管理 I 7.财务管理I	1.创业与企业家精神 3.商业模式 4.企业治理与责任
	* 选读		2.供应链管理 6.人力资源管理II 8.财务管理II	2.领导与管理 5.企业风险管理 6.政府预算与税务
	# 参考	1.商业学学习及专题研习		

为了帮助学生理解商业学的学科范畴、学科思维(知识结构、知识发展的脉络与关联)，把所学习的构成整体，各章的关系如下：

图 4

商业学各章关系

（一）内容标准（**Content Standards**）

主题	项目	具体内涵
高一（学习领域：基本商业 Basic Business）		
1.商业学学习及专题研习 # **Business Studies Learning and Project-based Learning**	1.1.商业学学习	1.1.1.学习方法与学习过程存在相互作用的关系
	1.2.专题研习的概念	1.2.1.透过掌握进行专题研习的步骤，体验探究与深度学习
	1.3.专题研习的三个阶段 附录 1：专题研习各表格	1.3.1.使用 PDP 流程（规划、执行与呈现）进行探究 1.3.2.应用时间管理原则、逻辑树状图、思维导图、脑力激荡法、六何法、黄金圈法则、SWOT 分析法 1.3.3.使用原始数据、二手数据 1.3.4.书面报告及口头呈现
2.商业与永续性 **Business and Sustainability**	2.1.商业相关的概念	2.1.1.交易的演变 2.1.2.需要与欲望，产品的分类，商业的分支 2.1.3.利润与永续的观点
	2.2.商业交易的过程	2.2.1.商业交易的四项基本要素
	2.3.商业的重要性	2.3.1.对个人、国家与世界的重要性
	2.4.商业环境	2.4.1.商业环境与经营之关系
	2.5.商业循环	2.5.1.商业循环的四个阶段
	2.6.商业的发展趋势 附录 1：马来西亚国家银行#	2.6.1.透过商业的发展趋势调整经营
3.国内贸易 **Domestic Trade**	3.1.分销途径	3.1.1.生产商与中间商 3.1.2.选择分销途径
	3.2.有店铺与无店铺零售	3.2.1.有店铺与无店铺零售商的形态与角色
	3.3.连锁经营	3.3.1.直营连锁与特许加盟连锁的特征
	3.4.贸易文件	3.4.1.贸易文件的重要性 3.4.2.各类贸易文件的应用
	3.5.付款方式 专题研习 附录 1：常见的国内贸易文件#	3.5.1.支票、转账卡与信用卡、电子付款
4.国际贸易 **International Trade**	4.1.国际贸易的类型	4.1.1.出口、进口与转口
	4.2.国际贸易的重要性	4.2.1.对国家、商人与人民的重要性
	4.3.国际贸易的特征	4.3.1.交易的特征

		4.3.2.外汇与汇率
	4.4.国际商业术语	4.4.1.船上交货价（FOB），成本、保险加运费（CIF），成本加运费（CFR）
	4.5.国际贸易文件	4.5.1.装运单据的主要文件 4.5.2.提单的作用
	4.6.国际贸易付款方式	4.6.1.信用证、汇款、托收
	4.7.国际贸易的交易程序	4.7.1.进口商与出口商在跟单信用证付款方式的交易关系 4.7.2.商人与银行、运输公司的交易程序
	4.8.国际贸易政策 附录 1：FOB、CIF、CFR # 附录 2：远期汇票与即期汇票#	4.8.1.政府实行的自由贸易政策与保护贸易政策
5.商业组织 Business Organisation	5.1.组织的概念	5.1.1.组织架构与组织设计
	5.2.商业组织的类型	5.2.1.私有企业、国有企业 5.2.2.企业的转型
	5.3.个人企业	5.3.1.成立、特征、优点与缺点
	5.4.合伙企业与有限责任合伙企业	5.4.1.成立、特征、优点与缺点
	5.5.有限公司	5.5.1.股东、股东大会与董事会 5.5.2.私人有限公司的成立、特征、优点与缺点 5.5.3.公共有限公司的成立、特征、优点与缺点 5.5.4.跨国公司与控股公司的特征
	5.6.商团组织	5.6.1.商会与同业公会的角色
	5.7.公共机构	5.7.1.特征、优点与缺点 5.7.2.私营化公共机构
	5.8.非营利组织	5.8.1.角色
	5.9.社会企业 附录 1：合伙协议、1961 年合伙法令、有限责任合伙协议# 附录 2：公司宪章#	5.9.1.角色
6.个人理财 Personal Financial Management	6.1.个人理财规划	6.1.1.个人理财规划的原则与步骤
	6.2.个人财务预算	6.2.1.个人财务预算表的编制
	6.3.消费信贷	6.3.1.赊购与租购
	6.4.租用	6.4.1.租用的概念

	6.5.风险与个人保险	6.5.1.个人风险与保险规划 6.5.2.保险原则
	6.6.金钱的时间价值	6.6.1.金钱与时间的关系 6.6.2.计算未来值与现值
	6.7.投资、风险与回酬 附录 1：常见的人寿保险和普通保险 #	6.7.1.投资、回酬与风险之关系
7.精明消费 **Smart Consuming**	7.1.精明消费的概念	7.1.1.精明消费的含义
	7.2.消费者权利	7.2.1.消费者的权利类别
	7.3.消费者责任	7.3.1.消费者的基本责任
	7.4.消费者的支援单位	7.4.1.消费者协会 7.4.2.政府部门与机构
	7.5.商家对消费者的责任	7.5.1.主要责任
	7.6.消费者投诉的步骤 专题研习 附录 1：保护消费者的各项法令 #	7.6.1.投诉的原因与步骤
高二（学习领域：商业管理 Business Management）		
1.营运管理 **Operations Management**	1.1.生产与营运	1.1.1.含义、关系 1.1.2.商品生产与服务提供
	1.2.生产流程：投入、转换与产出	1.2.1.生产要素 1.2.2.创造或增加的效用及附加价值 1.2.3.合格商品或服务 1.2.4.商品服务连续体的含义
	1.3.商品与服务营运管理	1.3.1.商品营运管理的概念 1.3.2.专业化与分工对企业的优点与缺点 1.3.3.服务营运管理的概念
	1.4.制程选择	1.4.1.商品与服务生产常见的制程
	1.5.品质管理	1.5.1.概念
2.供应链管理 * **Supply Chain Management**	2.1.营运与供应链	2.1.1.供应链的含义 2.1.2.营运与供应链关系 2.1.3.供应链的网链结构 2.1.4.供应链的上游与下游企业
	2.2.供应链流程	2.2.1.供应链的四个流程（产品流、商流、信息流、资金流）
	2.3.供应链管理对企业的重要性	2.3.1.供应链管理的范畴
	2.4.供应链管理的基本活动	2.4.1.物流与供应链管理的主要区别 2.4.2.采购与存货管理

		2.4.3.外包
	2.5.企业资源规划	2.5.1.整合内部资源与提供信息
3.行销管理 I **Marketing Management I**	3.1.行销的观念与角色	3.1.1.销售观念与行销观念 3.1.2.行销对企业的重要性
	3.2.消费者购买行为	3.2.1.影响消费者购买行为的因素
	3.3.目标行销	3.3.1.市场区隔、目标市场与定位的关系
	3.4.行销组合与策略	3.4.1.4P 的相互关系 3.4.2.产品的生命周期、品牌、商标、包装、标签 3.4.3.产品策略 3.4.4.定价策略 3.4.5.通路策略 3.4.6.推广策略
	3.5.网络行销	3.5.1.社交媒体行销 3.5.2.多渠道行销 3.5.3.全渠道行销
	3.6.行销研究	3.6.1.行销研究的六个步骤
4.行销管理 II **Marketing Management II**	4.1.服务的概念	4.1.1.无形服务与数位化服务
	4.2.服务的特性	4.2.1.服务的四大特性
	4.3.服务业的核心理念	4.3.1.顾客的需求与利益 4.3.2.服务品质
	4.4.服务行销策略	4.4.1.7P 的相互关系 4.4.2.服务为导向及顾客为中心
	4.5.顾客关系管理 专题研习	4.5.1.影响顾客忠诚度的因素 4.5.2.顾客关系管理对企业的重要性
5.人力资源管理 I **Human Resource Management I**	5.1.人力资源管理的概念	5.1.1.求才、育才、用才、留才
	5.2.人力资源规划	5.2.1.工作分析、工作说明书、工作规范的关系
	5.3.招聘	5.3.1.招聘与甄选的不同
	5.4.培训与发展	5.4.1.培训与发展员工的重要性
	5.5.绩效管理	5.5.1.评估与奖励
	5.6.薪酬制度	5.6.1.薪金与福利的目的
	5.7.职业安全与健康	5.7.1 工作条件与工作环境
	5.8.劳资关系	5.8.1 权利与义务之关系
	5.9 员工体验 附录 1：2022 年雇用（修正）法令（部分条款）# 附录 2：社会保险机构 #	5.9.1 员工对组织的全面性感受

6. 人力资源管理 II* Human Resource Management II	6.1.激励与敬业的概念	6.1.1.含义 6.1.2 对个人与团队的激励
	6.2.激励	6.2.1 外在激励与内在激励 6.2.2.马斯洛需要层次理论 6.2.3.双因素理论
	6.3.敬业	6.3.1.威廉卡恩员工敬业度理论 6.3.2.员工敬业度与组织绩效之关系
	6.4. 员工工作伦理 专题研习	6.4.1.员工工作伦理与组织绩效之关系
7.财务管理 I Financial Management I	7.1.财务管理概念	7.1.1.应用 PDCA 于财务管理
	7.2.财务管理的重要性	7.2.1.功能
	7.3.预算	7.3.1 含义、重要性
	7.4.资金来源	7.4.1.内部资金来源与外部资金来源 7.4.2.公司融资：短期、中期与长期
	7.5.企业各阶段的融资策略	7.5.1 融资策略
	7.6.企业的借贷能力	7.6.1.借贷条件
	7.7.资金运用 附录 1：马来西亚金融体系#	7.7.1.资金规划
8. 财务管理 II± Financial Management II	8.1.成本与收益	8.1.1.经营生意的成本及收益
	8.2.损益平衡分析	8.2.1.损益平衡点的计算 8.2.2.应用损益平衡分析做决策
	8.3.财务报表	8.3.1.财务状况表、损益表、现金流量表
	8.4.财务比率 专题研习	8.4.1.获利能力比率、变现能力比率、资本结构比率 8.4.2.运用财务报表与财务比率去评估企业的财务与经营状况
高三（学习领域：创业 Start-up）		
1.创业与企业家精神 Venture and Entrepreneurship	1.1.商业机会	1.1.1.概念 1.1.2.绿色商机和文化商机
	1.2.创业	1.2.1.创业的基本要素 1.2.2.创业方式 1.2.3.创业流程
	1.3.企业生命周期	1.3.1.概念 1.3.2.第二曲线
	1.4.企业家的贡献与企业家精神	1.4.1.重要的贡献与的特质
2.领导与管理 * Leadership and Management	2.1.领导者与管理者	2.1.1.含义和关系
	2.2.领导者的特质	2.2.1.与组织发展的关系
	2.3.领导力的重要性	2.3.1.对组织的影响

	2.4.领导风格	2.4.1.不同的领导风格
	2.5.目标管理 专题研习	2.5.1 概念和作用
3.商业模式 **Business Models**	3.1.商业模式的基本框架	3.1.1.概念和基本框架
	3.2.商业模式的类别	3.2.1.不同商业模式的特征
	3.3.商业模式的重要性	3.3.1.商业模式对企业的重要性
	3.4.商业计划书 专题研习	3.4.1.商业计划书的目的
4. 企业治理与责任 **Corporate Governance and Responsibility**	4.1.企业与其利益相关者	4.1.1.企业对利益相关者的责任
	4.2.企业责任	4.2.1.经济责任 4.2.2.法律责任 4.2.3.社会责任
	4.3.企业治理	4.3.1.企业治理结构 4.3.2.企业治理的重要性
5.企业风险管理 * **Enterprise Risk Management**	5.1.企业风险	5.1.1.风险思维
	5.2.企业风险的类型	5.2.1.内部风险与外部风险
	5.3.企业风险管理的方法与过程	5.3.1.风险管理的方法 5.3.2 风险管理的过程
	5.4 保险 专题研习	5.4.1.风险转移 5.4.2.团体保险和商业保险
6.政府预算与税务 * **Government Budget and Taxation**	6.1.国家财政预算案	6.1.1.重要性 6.1.2.资金来源与资金分配 6.1.3.盈余预算及赤字预算
	6.2.直接税	6.2.1.所得税 6.2.2.计算个人所得税
	6.3.间接税	6.3.1.关税、国内税、销售税、服务税

（二）学习标准（Learning Standard）

学生在学习标准的认知、技能与情意三个构面，所学到的商业学知识、能力、情感态度与价值观如下：

构面	认知（C）	技能（P）	情意（A）
项目	Ca 基本商业	Pa 执行	Aa 品质态度
	Cb 商业管理	Pb 管理	Ab 职场伦理
	Cc 创业	Pc 领导	Ac 创新态度

学习标准和项目的进一步说明：

构面	项目	具体内涵
认知（C）	Ca 基本商业	I. 商品与服务如何从生产地流通到市场。 II.产品品质对消费者的重要性。 III.个人理财及精明消费。
	Cb 商业管理	I.各部门（行销、营运、财务、人才）分工合作，达成企业目标。 II.面对市场变化并及时采取行动。 III.管理资源与用人。
	Cc 创业	I. 领导与营运。 II.发掘多元商机。 III.危机及永续经营思维。
技能（P）	Pa 执行	I.掌握作业流程与方法来执行任务，及实现部门目标。
	Pb 管理	I.制定实现计划的措施，灵活地拟定应变对策，考核是否达标并完善管理方法。
	Pc 领导	I.洞察市场趋势与营运趋势，敢于抓住机会，开拓新需求的方案及调动所需的资源。
情意（A）	Aa 品质态度	I.诚信经营并满足顾客的需求。
	Ab 职场伦理	I.对组织忠诚，做事有担当，积极主动与他人合作，具有永续发展的责任感。
	Ac 创新态度	I.勇于探究并开创产品与服务。

内容标准对应学习标准：

例子（1）

学习标准 内容标准	认知	技能	情意
	CbII 面对市场变化并及时采取行动。	PbI 制定实现计划的措施，灵活地拟定应变对策，考核是否达标并完善管理方法。	AaI 诚信经营并满足顾客的需求。
3.1.2.行销对企业的重要性	企业透过行销部门提供的市场信息，决定生产、定价、分销与推广。	能依据条件的变化，制定行销方式，实现销售目标。	关注顾客的需求与满意度。

教师在教导同一个“内容标准”，可能会因不同班级而产生不同的课堂教学目标。以下例子（2），说明教师在另一班教“3.1.2.行销对企业的重要性”时，可能选择了不同的组合，比如认知 CaII、技能 PaI 及情意 AaI，形成“内容标准”和“学习标准”的双向细目表。

例子（2）

学习标准 内容标准	认知	技能	情意
	CaII 产品品质对消费者的重要性。	PaI 掌握作业流程与方法来执行任务，及实现部门目标。	AaI 诚信经营并满足顾客的需求。
3.1.2.行销对企业的重要性	理解行销和商品品质的关系，以及两者如何互为因果。	能够制定行销方式来销售产品。	关注顾客的需求与满意度。

从上述两个例子，教师对于“行销对企业的重要性”的课堂教学目标是不一样的，但是重点是学生必须要能够明白“行销的角色”。同时能运用“行销角色”来解决生活情境中的相关议题。这个转变标志着学科知识点的学习不再是“死背知识”，或是“理解一个方面的知识内容”，而是要掌握知识点的特性，并且能够方方面面地去运用和解决问题。

八、教学建议

按《课程总纲》每年教学时间 40 周，每节上课 40 分钟；商业学科的节数建议即高一每周 2 节，高二及高三每周 3 节。

商业学课程共有 21 章，各章及专题研习的节数建议如下：

学年/领域	章	节数
高一 基本商业	1.商业学学习及专题研习	4
	2.商业与永续性	8
	3.国内贸易	9
	4.国际贸易	11
	5.商业组织	10
	6.个人理财	8
	7.精明消费	6
	专题研习（2 个）	12
	小计	68
	总和 *（建议：增加弹性节数 12 节，供课堂练习、复习、测验、交流等学习活动使用，故共计 80 节）*	80

学年/领域	章	节数
高二 商业管理	1.营运管理	10
	2.供应链管理	9
	3.行销管理 I	12
	4.行销管理 II	9
	5.人力资源管理 I	11
	6.人力资源管理 II	9
	7.财务管理 I	12
	8.财务管理 II	11
	专题研习（3 个）	22
	小计	105
	总和 *（建议：增加弹性节数 15 节，供课堂练习、复习、测验、交流等学习活动使用，故共计 120 节）*	120

学年/领域	章	节数
高三 创业	1.创业与企业家精神	12
	2.领导与管理	12
	3.商业模式	12
	4.企业治理与责任	12
	5.企业风险管理	12
	6.政府预算与税务	12

	专题研习（3 个）	30
	小计	102
	总和 *（建议：增加弹性节数 18 节，供课堂练习、复习、测验、交流等学习活动使用，故共计 120 节）*	120

教学实施方面采取“教师是引导，学生是主体”的教学策略，以便达到“乐教爱学，成就孩子”的教育愿景。例如：教师通过商业案例或专题研习，引导学生把商业、管理与创业联系起来，由具体到抽象、由简单到复杂，循序渐进地激发学生学习的内在动机，让学生在学习过程中主动投入参与学习，这是有效教学的关键。在学生学习的过程，教师也反思教学及总结经验，使个人的教学专业持续成长。

教师设计教案应考虑的两项基本要素：

1．怎样引导学生学习

学习是一个探究知识的过程，而不是灌输知识。每位学生都有学习能力，教学首要任务是透过“提问”引导学生联想与系统思考，并产生探究性的对话。教师培养学生学科素养的任务包括了启发式提问、聆听学生、串连知识、建构知识的完整概念。

教学过程中，教师通过课本的学习目标、内容、商业档案和专题研习，以及社区资源与真实的农工商服务领域的情境，引导学生学习，不只着重“学到了什么”，更要教导他们怎样学习。例如：指导学生如何把所学习的内容组织起来、如何撰写报告等，以取代知识的灌输与死记硬背的学习方式。这有助于培养学生负起自学的责任，引发学生主动学习，并视学习为己任。

在教学中的用语要具有引导作用，要善于创设问题情境、互动式学习、提供有挑战性的任务。借此激发学生的好奇心，引起学生展开探究的历程。此外，让学生通过课本的自我挑战、专题研习、小组讨论、角色扮演等活动，把学习的知识、技能、态度巩固起来。在学习过程中，发掘个人的兴趣及规划生涯，为日后升学、就业、创业与终身学习奠定基础。

2．怎样选取合适的教学法

有成效地完成教学任务，必须正确选择和运用教学方法。许多时候，教学效果不佳可能是教学方法不恰当。在决定教学法之前，教师可先考虑以下各种影响因素，然后灵活、恰当地选用教学法，例如：讲授法、提问法、小组讨论、参观拜访、角色扮演、影片欣赏等等。

一般上，选择教学方法所要考虑的元素如下：

（1）课程目标、学习目标、内容性质、学习深度

（2）内容的重点与难易度

（3）学生的认知水平

（4）教师本身的条件，包括专业水平、实际经验、个性特点

（5）学校设备

（6）课时

依据《课程总纲》所倡导“以学生为学习中心”的多元教学法，商业学课程的教学法建议如下：

（1）掌握学习（Mastery Learning）

（2）探究学习（如：跨科课题之探究）

（3）情境式学习（如：实际或虚拟的商业情境）

（4）合作学习（如：小组讨论、小组协作、辩论、学思达、学习共同体、角色扮演）

（5）专题研习

（6）户外学习（如：参访、考察）

（7）建构式学习

（8）游戏式学习（如：设计商业桌游、手游）

（9）教学结合科技（如：善用免费的应用程序与软件）

九、评量建议

商业学科的评估要符合课程目标、学习标准与表现标准的要求。学生智力领域是多元的，因此评估方式应朝向多元化如：纸笔测验、专题研习等，以便对学生的认知、技能与情意领域的不同层次做出评量，参阅附录（一），这有利学生健全发展，落实核心素养。

课程目标	CO1 至 CO9		CO2，CO3，CO5，CO6	CO1，CO4，CO7，CO8，CO9
目标领域	认知		技能	情意
项目	商业体系	基本商业	执行	品质态度
		商业管理	管理	职场伦理
		创业	领导	创新态度
评量方式	纸笔考试 （统考+校内）		专题研习 （校内）	

以下是商业学认知、技能、情意的表现标准；认知目标常用的行为动词，参阅附录（二）。

构面	**项目**	**层次**	**表现标准** 学生能够：
认知	Ca 基本商业	1 记忆	识别基本商业的知识内涵，包括商业术语（Terminology）、概念（Concept）、原理（Principle）、理论（Theory)、程序（Procedure）。
		2 理解	说明基本商业的知识内涵，及其综合规律与意义。

		3 应用	运用基本商业知识于给定的商业情境。
		4 分析	分析商业活动所包含的基本商业知识内涵。
		5 评价	评估基本商业活动，并做出价值判断。
		6 创造	创新或发现基本商业活动中的新知识内涵。
	Cb 商业管理	1 记忆	识别商业管理的知识内涵，包括商业术语、概念、原理、理论、程序。
		2 理解	说明商业管理的知识内涵，及其综合规律与意义。
		3 应用	运用商业管理知识于给定的管理情境。
		4 分析	分析商业管理活动。
		5 评价	评估商业管理情境，并做出价值判断。
		6 创造	发现商业管理的新方法。
	Cc 创业	1 记忆	识别创业活动中的知识内涵，包括商业术语、概念、原理、理论、程序。
		2 理解	说明创业的知识内涵，及其综合规律与意义。
		3 应用	运用创业知识于给定的创业情境。
		4 分析	通过创业知识来分析创业活动。
		5 评价	评估创业情境，并做出价值判断。
		6 创造	发现新的创业活动、产品与服务。
技能	Pa 执行	1 模仿	模仿他人做。
		2 操作	跟着操作方法做。
		3 精确	独立及熟练地完成工作任务。
		4 协调	随着工作环境的变化，调整工作流程及指示。
		5 自然化	自动遵守及坚持工作流程及指示。
	Pb 管理	1 模仿	模仿他人进行管理。
		2 操作	跟着企业目标进行管理。
		3 精确	独立及熟练地进行管理而达到企业目标。
		4 协调	随着管理环境的变化，调整组织方针与目标。
		5 自然化	掌握与落实永续经营策略与管理。
	Pc 领导	1 模仿	跟着他人的领导方式。
		2 操作	确定市场需求并落实领导原则。
		3 精确	独立及熟练的领导。
		4 协调	随着市场的变化，调整领导原则。
		5 自然化	坚持领导原则以确保永续经营。
情意	Aa 品质态度	1 接受	留意来自商业与职场环境中人事物的品质信息。
		2 反应	提出劣质商品与服务的处理。
		3 价值判断	与人分享对品质的想法。

		4 价值的组织	形成品质行为。
		5 价值的性格化	形成生活上的品质习惯。
	Ab 职场伦理	1 接受	觉察职场伦理中的和谐信息。
		2 反应	促进和谐的人际关系。
		3 价值判断	与人分享职场中和谐的观念。
		4 价值的组织	形成职场中的和谐行为。
		5 价值的性格化	形成职场中和谐行为的习惯。
	Ac 创新态度	1 接受	关注工作环境中的创意。
		2 反应	改善没创意的事件。
		3 价值判断	与人分享创意思维。
		4 价值的组织	形成创意行为。
		5 价值的性格化	形成创新习惯。

内容标准对应学习标准及表现标准：

例子（1）

学习标准 / 内容标准	认知	技能	情意
	CbII 面对市场变化并及时采取行动。	PbI 制定实现计划的措施，灵活地拟定应变对策，考核是否达标并完善管理方法。	AaI 诚信经营并满足顾客的需求。
3.1.2.行销对企业的重要性	企业透过行销部门提供的市场信息，决定生产、定价、分销与推广。	依据条件的变化，列出行销方式，实现销售目标。	关注顾客的需求与满意度。
表现标准	分析行销部门如何应对市场变化与发展趋势。 （C4 分析）	依市场情况与产品性质，拟定适合某产品的行销方案。 （P3 精确）	回应顾客的需求与不满。 （A2 反应）

教师在教同一个知识点时，可能因不同班级而设定不一样的“表现标准”。以下例子（2），教师认为另一班学生程度较低，因此选择了 CbII 的第二个层次（理解）“理解商业管理知识内涵，及其综合规律与意义”；PbI 改为 PaI 的第一个层次（模仿）“模仿他人做”；AaI 保持第二个层次（反应）“提出劣质商品与服务的处理”，发展出不同测量水平层次的课堂教学目标。

课堂教学能够依据学生的能力逐步引导，提高学生的学习信心和兴趣，并关注学生的学习质量，这是素养导向教育的核心。若强制学生必须要针对某一个知识点学习到一定的层次水平，而学生又不具备这样的能力，这无疑加强了教学的难度，也打击了学生的学习自信，不仅无益于改善学习成绩，还造成对学习失去了热情和兴趣。

例子（2）

学习标准 内容标准	认知	技能	情意
	CbII 面对市场变化并及时采取行动。	PaI 掌握作业流程与方法来执行任务，及实现部门目标。	AaI 诚信经营并满足顾客的需求。
3.1.2.行销对企业的重要性	企业透过行销部门提供的市场信息，决定生产、定价、分销与推广。	能够列出行销方式来销售产品。	关注顾客的需求与满意度。
表现标准	举例说明行销的功能。 （C2 理解）	各组按步骤，模拟写出某产品的行销方式。 （P1 模仿）	回应顾客的需求与不满。 （A2 反应）

（一）外部评量（External Assessment）

外部评量或指公开考试，高中商业学统考作为评定华文独立中学高中生完成商业学课程后的学习成就评量。评量结果可作为学生生涯规划的参考。

（二）校内评量或称内部评估（Internal Assessment）

学校任课教师在日常教学中，评定学生在认知、技能与情境领域的学习过程与学习成果。评定的方式包括了纸笔测验及专题研习 (Project Based Learning，PBL)。其中专题研习的**校本评估**（School-based Assessment）注重过程和学习成果(研究结果)的评价，因此纸笔测验结合专题研习，能较全面测量学生的学科素养。教师可依据学生的学习情况自编专题研习，或者使用课本的专题研习。

专题研习的成绩由书面报告与口头简报两个部分的成绩组成。建议把专题研习的成绩，计入学期成绩，那么学生之间就会互相合作和互相督促。

教师批阅书面报告时，加上肯定的评语，避免用消极的批评，针对缺点或必须改进的地方，指示改正或努力的途径。口头简报的评分可由指导老师、自己组别或其他组共同负责，前提是教师应先告诉学生口头简报的评分原则与重点。

透过专题研习（PBL）评估学生的学科素养，尤其是技能与态度的表现。专题研习的评分要素必须包括学生在学习过程的关键表现及学习成果。校本专题研习之评分要素建议如下：

评分要素	认知能力	非认知能力
1.过程		
1.1 时间管理		√
1.2 团队合作		√
2.书面报告		
2.1 基本格式		√
2.2 前言	√	
2.3 内文	√	
2.4 结论	√	

3.口头简报		
3.1 演示	√	√
3.2 演示品（PPT 或其他）	√	√
3.3 问与答	√	√

十、实施要点

（一）素养导向教材编写原则

1.商业学课程标准通过贯彻独中《课程总纲》的核心素养，来培养学生的商业素养。它是教材编写人员选择与组织内容与学习经验的依据，也是评量教材的准则。

2.明确教材编写理念是编写教材的首要步骤。商业学教材的编写理念是依据商业学的定位、对中学生的作用、课程目标及课程构思来拟定。教材编写理念对教材的学习目标、内容设计、学习活动设计、形式结构、教学实施建议都会产生定向和调控的影响。

3.课程目标转化为具体的学习标准与学习目标，作为编写的依据。编写时，应有机融合知识中心、学生中心与社会中心三者的课程设计观、学习心理学及教学方法等，并符合学科知识系统、学生学习规律及认知发展水平。

4.商业学教材内容设计包括了内容选择、内容组织与呈现。内容选择须符合教育性、基础性、适切性（学生的认知水平与心理发展）、实用性、时代性（切合时宜）。内容的组织与呈现涵盖逻辑性与学生学习心理相适应，顺序性、连续性与整合性，可读性与趣味性，以促进学生的学习及理解，有利于学生自主学习、沟通合作、社会参与。

5.教科书的专题研习、学习活动及商业档案的主题要多样化，作业簿的题目难度要适中，以培养学生的商业学学科素养为目的。

6.商业学教材的形式结构包括了功能模块（即学习目标、思维导图、商业金句、热身活动、学习活动、延伸学习、温习室、团队协作、商业档案），文字表达（例如：采用陈述式、讨论式、问题式、情境式书写内容）、非文字表达（例如：图、表、照片、版面设计）。这些要素都会影响学生的学及教师的教，是构成教材特色的重要方面。

（二）资源的运用

学校应善于组织教师资源，加强共同备课，提高课程实施的品质。商业学科的资源包括教材、教学设备、图书馆、视听馆、商场、互联网等物质资源，以及教师、学生、家长及商界人士等人力资源。

以下途径可作为课程教学资源运用之参考：

（1）董总 E 启学线上学习平台；

（2）社区；

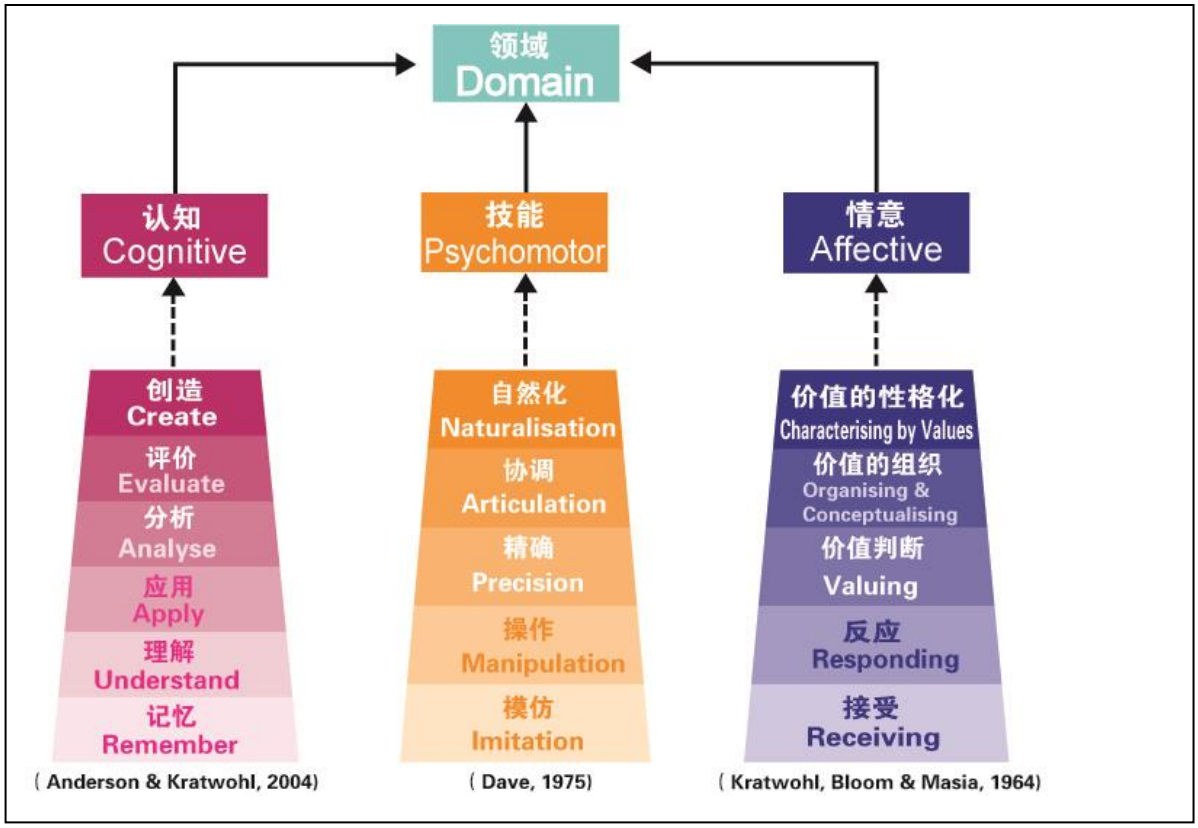
（3）家长；

（4）校友；

（5）企业界人士（如：专题讲座、经验分享）；
（6）商业的专业团体、机构、商会、公会；
（7）报纸、杂志、电视、广播、互联网等媒体；
（8）云端资源（如：共享习题库或考题）；
（9）跨校教学（如：共享商业学教学视频、共同备课、开放线上课室）。

十一、附录

（一）认知、技能与情意领域



（二）商业学认知目标常用之行为动词

认知目标	表现标准层次	行为动词	学习深度说明
1.学生能展示（明显地表现出）**记忆与理解**于： -商业学的术语(Terminology)、概念(Concept)、原理(Principle)、理论(Theory)、程序、方法(Method)、工具(Tool)、技术(Technique) -商业实务的问题(Problem)、议题(Issue)与决策(Decision) 2.要求学生从记忆中提取相关的知识。此外，从情景中构建意义。	C1 记忆	写出(State,Write down) 提出、举出(Give) 列出(List) 定义(Define) 识别(Recognizing) 辨认(Identify)	只需要“写出、提出、列出、定义、辨认”，而不需要加以说明原因或论述之。
	C2 理解	举例、示例(Illustrating，Give an example)	举出具体例子或例证。
		叙述(Describe)	重新把信息描述出来；或者呈现出人、事的状况与形态。
		总结(Summarizing)	归纳要点。
		分类(Classifying)、归类(Categorizing)	划分类别。
		说明(Explain)	不能只写要点（Point），必须详细解释要点（如：解说事情发生的原因或如何发生）。
1.学生能展示对知识与技能之**应用及分析**于： -各种的商业实例及虚拟的商业情境 -商业决策，借由说明关键的问题、选择和解释数据，及应用适当的工具、技术、理论与概念 2.要求学生使用所学的知识与技能，在给定的情景中执行或使用程序。此外，确定情境之间的相互关系，以及各情境与总体结构或总目的之间的关系。	C3 应用	计算(Calculate)	从给定的事实、数字和信息中得出答案或结果。
		应用(Apply)	将所学的运用在给定的情境。
	C4 分析	区别(Differentiate) 区分(Distinguish)	对两个或以上的对象加以比较，认识它们不同的地方。
		概述(Outline)	概括地叙述；将叙述组织起来。
		分析(Analyse)	分析某事件如何（How），必须说明各情境（各部分）之间的关系与前因后果，以及各情境（各部分）与总体结构或总目的之间的关系。（各情境之间的关系，并与整体的关系）
1.学生能展示**评价或（与）创造**于：	C5 评价	论述、论说(Discuss)	对有关问题提出看法或论点；筛选与提出赞成或反对的理

-商业策略和实务，提供批判的证明 -商业决策,提供建议 -商业专题研习报告或（与）成品(Finished Product) 2.基于准则和标准做出判断。此外，将各要素重组成新的成果			由。
		检查(Checking)	发现一个过程或产品内部的矛盾和谬误。
		评估、评价(Evaluate)、判断(Judging)	辨别问题根源，然后列出、解释与分析相关的要点，然后做出判断/决断或得出结论。
	C6 创造	生成(Producing)	完成专题报告；完成项目成品。