

马来西亚华文独立中学

商业学课程标准

董教总全国华文独中工委会课程局拟订

2012年3月

目录

一、前言.....	1
(一) 课程性质.....	1
(二) 课程设计思路.....	2
二、课程目标.....	3
三、课程内容.....	3
四、实施建议.....	9
(一) 教学建议.....	9
(二) 评价建议.....	10
(三) 课程资源的开发与使用建议.....	11

一、前言

人们的生活如工作、消费、储蓄与投资等都与商业活动息息相关，学生在中学阶段认识所生活的商业环境（如贸易、银行、保险、仓库、运输、广告、通讯、商业组织与管理等），有助于学生探索商业与个人生涯规划及国家经济发展的关系。

独中商科教育提供对商业有兴趣的学生一个学习平台，培养他们掌握商业能力（Business Literacy），促进学生全面发展与发掘个人的职业志向，为国家培育商业领域的人力资源，满足经济社会发展的需要。

（一）课程性质

商业学科（Business Studies）是独中高中商科教育的其中一门学科，属于社会学科领域。课程内容涵盖一个完整而全面的商业基础内容，兼顾理论与实务。学生透过修读商业学科掌握基础商业与管理知识与技能，并理解商业道德观。

课程内容注重学生全面发展，提倡教、学与评价多元化，以发展学生的多元智能。教师通过教学实施让学生认识生活中的商业社会，引导学生从生活体验不同的商业活动，培养学生对商业的知识与技能的理解与应用水平，以及工作所需要的基本技能与合作及人际沟通等能力。

商业学科对中学生所起的作用如下几项：

1. 商业与管理基本知识的掌握与应用

学生在中学积累的商业知识与能力，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，商业知识与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. 掌握在商业界工作的基本技能

商业学教科书设置的动动手、动动脑、作答题、个案题与专题研习等，有助于学生学会运用商业知识解决问题，及加强学生独立思考、分析、沟通与团队合作，确保学生具有在职场上与商业社会生存的能力。

3. 培养学生商业道德观念

建立正确的工作价值观与良好的品格态度是职业与生活成功的重要条件，因此商业学教材开设“商业道德”单元，并在其他单元与商业档案中，培养学生敬业乐群及形成良好的商业道德观，成为对商界和社会有贡献的人力资源。

4. 为学生的升学打下基础

学生在中学学习商业知识和技能，能激发对商业世界的好奇心，有助于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. 为学生进入职业领域前做准备

提供学生认识与了解国内外的商业活动，让学生思考个人的职业志趣，并依据兴趣进行生涯规划，这有助学生从事适合个人兴趣的工作，并适应工作环境。

(二) 课程设计思路

依据课程性质，商业学科设计思路如下：

1. 面向全体学生，学生全面发展

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。课程注重基础商业与管理知识的学习与应用，技能与情感目标的培养，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

生活中处处有商业，课程内容的选择以符合高中生身心发展的学习规律及已有的生活经验为基础，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的，并有能力、自信、愉快的适应商业社会生活。

3. 能力导向

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。教材布置引起学习动机的热身活动，促进学习成效的动动脑、动动手、加油站、商业档案、温习室、自我挑战与专题研习，从中培养学生掌握学习的共通能力如独立思考、探索、分析、判断、提出问题、解决问题、沟通与团队合作等能力，有利于学生学习大专与职业院校的商业课程，或投入社会工作。

4. 加强横向联系与纵向联系

注重商业学科与其他商科科目之间的横向联系，单元间的横向联系及单元各节间之纵向连贯，让学生获得统整的知识与能力。

二、课程目标

根据商业学科的课程性质，其课程目标包含以下要素：

1. 认知，包括对知识的理解和应用等思维能力；
2. 技能，包括行为、习惯及交际能力等；
3. 情感，包括态度、价值观、商业道德等；

认知、技能和情感三者是相辅相成的统一体，因此学生学习商业与管理知识的过程，也是认知能力、技能训练、工作方法掌握、敬业乐群与商业道德观的培养和熏陶的过程。学生在学习过程中，发掘个人兴趣与职业志向，为日后升学、就业与终身学习奠定基础。

教师通过教科书的内容及专题研习、商业档案等活动设计，把认知、技能和情感三者有机地结合起来，以达致促进学生全面发展之成人成才目标，为国家培育商业领域的人力资源，满足社会发展的需求。

商业学科课程目标，让学生能：

1	认识全球商业活动与商业环境，理解商业环境的变迁与资讯工艺的发展对商业活动的影响。
2	掌握衔接大专商学院的商业与管理的基础知识与基本能力。
3	懂得获取商业知识的方法，灵活运用商业知识，以及处理商业实务之工作技能。
4	具有在商场上与别人沟通与团队合作的态度与技能。
5	了解市场的动向，激发企业胆识精神与创新能力。
6	学会独立思考、分析、评价、提出问题、解决问题与创造价值的能力。
7	理解商业道德的重要性，懂得保护环境与关怀社会。

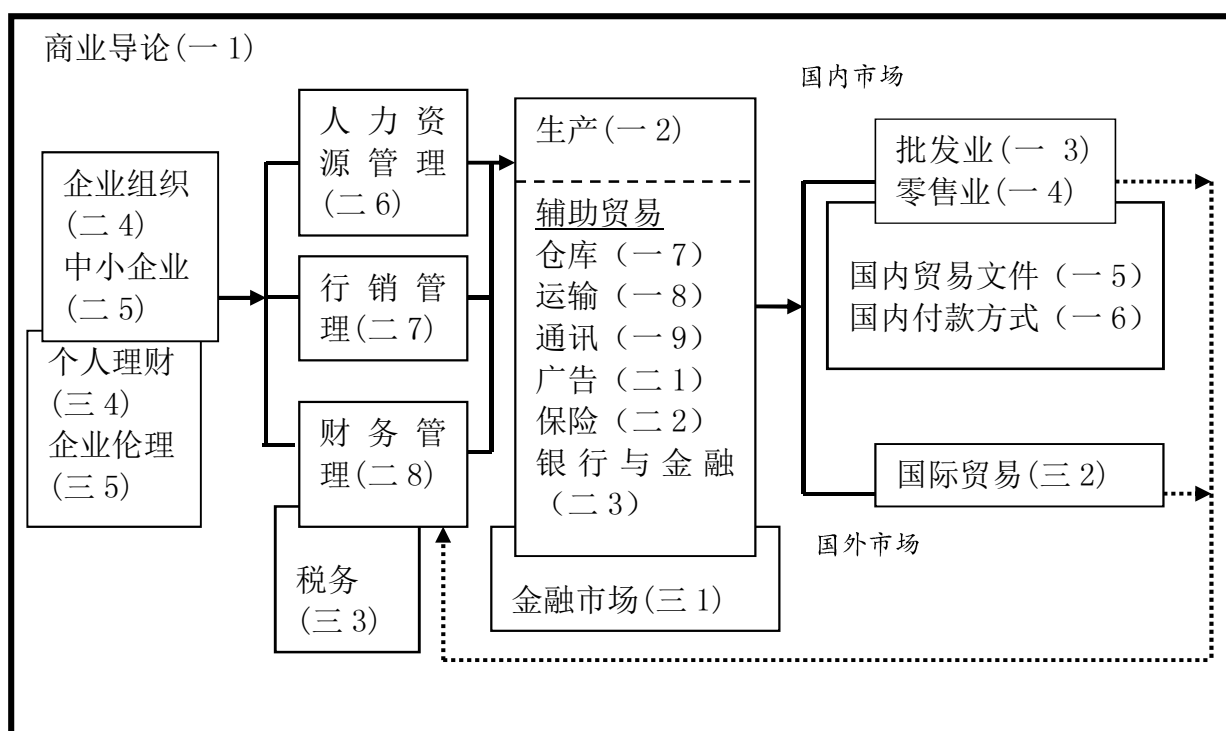
三、课程内容

《商业学》课本的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编写而成。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、循序渐进和图文并茂的手法呈现。

本书宗旨是让学生在学基本的商业和管理知识的过程中，同时掌握学会学习的能力与技能，并且发掘个人兴趣、职业意识，以及建立正确的商业道德观，促进学生全面发展之成人成才目标。这不仅为学生日后升学、就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。

为了帮助学生把所学习的构成整体，课本内设计了“温习室”以体现单元中各节之间的纵向关系；“单元主题关系图”体现各章的横向关系。

主题关系图



章节	学习目标
第一册	
1 商业导论	
1.1 商业的概念 1.2 商业的分支 1.3 商业的重要性 1.4 商业环境 1.5 商业的发展趋势	<ul style="list-style-type: none"> •解释物物交换存在的问题。 •解释商业、利润的定义。 •举例说明有形产品与无形产品。 •解释商业的分支。 •举例比较贸易与辅助贸易。 •说明商业对个人、国家与世界的重要性。 •说明评估商业环境的因素。 •说明商业的发展趋势。
2 生产	
2.1 马来西亚工农商业概况 2.2 生产的概念 2.3 生产的分类 2.4 生产作业模式 2.5 专业化 专题研习	<ul style="list-style-type: none"> •对我国工农商业的演变有基本认识。 •解释生产的定义。 •举例说明生产过程中所创造或增加的效用。 •举例比较初级生产、中级生产及高级生产。 •解释生产作业模式。 •举例说明生产要素对企业的重要性。 •解释专业化的优点与缺点。 •举例说明专业化的类型。

3 分销——批发业	
3.1 分销途径 3.2 影响选择分销途径的因素 3.3 批发业 3.4 批发商的功能 3.5 批发业的发展趋势	<ul style="list-style-type: none"> •解释分销与分销途径的涵义。 •解释直接售货给消费者的优点与缺点。 •解释通过中间商售货的优点与缺点。 •举例说明不同中间商扮演的角色。 •说明影响选择分销途径的因素。 •解释批发业的概念。 •说明批发商的功能。 •解释批发业的发展趋势。
4 分销——零售业	
4.1 零售业的概念 4.2 零售商的功能 4.3 零售商的类型 4.4 零售业的竞争优势 专题研习	<ul style="list-style-type: none"> •解释零售商的功能。 •理解各类零售商的经营特征。 •说明零售商增加商品附加价值的方式。 •解释连锁经营的特征。 •解释直营连锁与特许加盟连锁。 •说明网上零售的优势与劣势。
5 国内贸易文件	
5.1 贸易文件的定义和类型 5.2 贸易文件的重要性 5.3 贸易文件的使用	<ul style="list-style-type: none"> •解释贸易文件的重要性。 •写出各种贸易文件的发出者与接收者。 •解释各种贸易文件的用途。 •掌握贸易文件的应用。
6 国内付款方式	
6.1 付款的概述 6.2 现金付款 6.3 票据付款 6.4 电子付款 6.5 通过邮政公司付款	<ul style="list-style-type: none"> •了解立即付款、预先付款与延期付款。 •比较赊购与租购的异同。 •解释辅币与法币。 •了解支票的使用及签发。 •列举银行拒付支票的原因。 •了解票据付款、电子付款与邮政付款。 •选择适当的付款方式。
7 仓库	
7.1 仓库的功能 7.2 仓库的类型 7.3 保税仓库的重要性 7.4 库存管理的概念	<ul style="list-style-type: none"> •说明仓库对商人的功能。 •举出不同仓库的特征。 •比较保税仓库与一般仓库。 •说明保税仓库对政府与商人的重要性。 •解释库存管理与及时制度。
8 运输	
8.1 运输的重要性 8.2 运输方式 8.3 快递服务在运输的角色 8.4 货柜运输 8.5 影响选择运输方式的因素	<ul style="list-style-type: none"> •解释运输的重要性。 •解释各种运输方式的特征。 •理解快递服务在运输的角色。 •理解货柜运输的概念。 •说明影响选择运输方式的因素。 •选择适合的运输方式。

9 通讯	
9.1 通讯的重要性 9.2 大众传播服务 9.3 快递服务在通讯的角色 9.4 邮政服务 9.5 电讯服务 9.6 影响选择通讯服务的因素 专题研习	<ul style="list-style-type: none"> •说明通讯对商业活动的重要性。 •理解不同通讯服务的特征。 •配合商业情境选用适宜的通讯服务。 •说明选择通讯服务应考虑的因素。
第二册	
1 广告	
1.1 广告的定义 1.2 广告的重要性 1.3 广告的类型 1.4 广告媒体 1.5 影响选择广告媒体的因素	<ul style="list-style-type: none"> •理解广告的定义。 •分析广告对企业与消费者的重要性。 •区别不同类型的广告。 •选择恰当的广告媒体。 •理解影响商家选择广告媒体的因素。 •评析企业对于广告媒体的选择。
2 保险	
2.1 保险的概念 2.2 保险的重要性 2.3 保险合约 2.4 保险原则 2.5 保险的类型 2.6 社会保险机构 2.7 保险理赔 专题研习	<ul style="list-style-type: none"> •理解风险、保险、风险分担的定义。 •理解可保风险应具备的条件。 •理解保险对个人、企业与国家经济发展的重要性。 •区别保险合约的关系人。 •区别保险原则。 •区别人寿保险和普通保险的主要类别。 •理解社会保险机构的重要性。 •理解保险理赔的基本程序。
3 银行与金融	
3.1 马来西亚金融体系 3.2 中央银行 3.3 商业银行 3.4 投资银行 3.5 非银行金融机构	<ul style="list-style-type: none"> •对马来西亚金融体系有基本认识。 •理解马来西亚中央银行扮演的角色。 •区别金融服务。 •理解商业银行与投资银行对企业的重要性。 •理解发展金融机构扮演的角色。 •理解雇员公积金局的宗旨。 •理解单位信托的特征。
4 企业组织	
4.1 企业组织的类型 4.2 个人企业 4.3 合伙企业与有限责任合伙企业 4.4 有限公司 4.5 跨国公司 4.6 控股公司 4.7 商团组织 4.8 公共机构	<ul style="list-style-type: none"> •理解企业组织的类型。 •理解企业组织对利润的应用。 •区别不同私有企业的特征、优点和缺点。 •理解私人有限公司的成立。 •理解商会与同业公会对于私有企业的支援。 •理解公共机构的特征、优点和缺点。 •理解私营化公共机构的目​​的及其利弊。

4.9 私营化公共机构	
5 中小企业	
5.1 中小企业的概念 5.2 中小企业的重要性 5.3 中小企业的开创方式 5.4 中小企业面临的挑战 5.5 中小企业的经营趋势	<ul style="list-style-type: none"> • 写出中小企业的定义与类型。 • 理解中小企业的经营特征。 • 理解中小企业的重要性。 • 理解中小企业的开创方式。 • 运用创业的要素，评析企业的创业。 • 分析中小企业在企业生命周期的不同阶段面临的挑战。 • 理解中小企业的经营趋势。
6 人力资源管理	
6.1 人力资源管理的概念 6.2 人力资源规划 6.3 招聘与甄选 6.4 培训与发展 6.5 薪金与福利 6.6 绩效评估 6.7 职业安全与健康 6.8 劳资关系 专题研习	<ul style="list-style-type: none"> • 解释人力资源管理的定义。 • 理解人力资源规划。 • 区别招聘与甄选。 • 拟写履历表。 • 理解职员的培训与发展对企业的重要性。 • 评析薪金与福利对企业留住或吸引人才的作用。 • 评析绩效评估与奖惩对职员的作用。 • 理解职业安全与健康对企业与职员的重要性。 • 理解劳资关系对企业与雇员的影响。
7 行销管理	
7.1 行销的概念 7.2 消费者购买行为 7.3 目标行销 7.4 行销组合 7.5 网络行销	<ul style="list-style-type: none"> • 理解行销观念的由来。 • 理解行销管理对企业的重要性。 • 辨别影响消费者购买行为的因素。 • 区别市场区隔、目标市场与市场定位。 • 理解行销组合。 • 理解产品生命周期与行销活动的关系。 • 运用行销知识，建议行销策略。 • 理解网络行销的概念。
8 财务管理	
8.1 企业财务管理的概念 8.2 财务经理的职责 8.3 财务报表 8.4 财务比率 8.5 损益平衡分析 专题研习	<ul style="list-style-type: none"> • 理解企业财务管理的概念。 • 理解财务管理对企业的重要性。 • 理解财务经理的职责。 • 计算企业的获利能力比率、变现能力比率、资本结构比率。 • 运用财务报表与财务比率，评析企业的财务与经营状况。 • 结合收益和成本，进行损益平衡分析。

第三册	
1 金融市场	
1.1 金融市场的概念 1.2 股票 1.3 公司债券 1.4 凭单 1.5 股票市场 1.6 股市指数 1.7 期货	<ul style="list-style-type: none"> • 写出金融市场的定义与类型。 • 理解各类金融市场。 • 理解外汇与汇率。 • 区别优先股与普通股。 • 分析影响公司股票价格的基本因素。 • 理解投资股票的优点与缺点。 • 区别股票、公司债券与凭单。 • 理解股票市场、股票交易所与股票行扮演的角色。 • 理解股市指数的定义与功能。 • 区别牛市与熊市。 • 解释期货。 • 辨别期货交易与现货交易。
2 国际贸易	
2.1 国际贸易的概念 2.2 国际贸易的重要性 2.3 国际贸易的特征 2.4 国际贸易的政策 2.5 国际贸易术语 2.6 国际贸易文件 2.7 国际贸易付款方式 2.8 国际贸易的交易程序	<ul style="list-style-type: none"> • 理解国际贸易的定义与类型。 • 评析国际贸易的重要性。 • 理解国际贸易的特征。 • 区别不同的国际贸易政策。 • 理解国际贸易术语。 • 辨别国际贸易文件。 • 理解国际贸易付款方式。 • 理解国际贸易的交易程序。
3 税务	
3.1 国家财政预算案 3.2 直接税 3.3 间接税	<ul style="list-style-type: none"> • 理解国家财政预算案扮演的角色。 • 理解财政预算案的资金来源与资金分配。 • 理解盈余及赤字预算案与国家经济发展的关系。 • 理解直接税与所得税。 • 计算个人所得税。 • 区别间接税的种类与特征。
4 个人理财	
4.1 个人理财的概念 4.2 个人理财的基本原则 4.3 个人理财规划的步骤 4.4 编制个人财务预算 4.5 金钱的时间值 4.6 风险与回酬	<ul style="list-style-type: none"> • 理解个人理财的概念。 • 理解个人理财的基本原则。 • 理解个人理财规划的步骤。 • 理解编制个人财务预算的重要性。 • 编制个人财务预算。 • 理解单利、复利、金钱的时间值。 • 计算未来值与现值来做投资理财决策。 • 理解风险与回酬的关系。
5 企业伦理	
5.1 企业伦理的概念 5.2 企业社会责任	<ul style="list-style-type: none"> • 理解企业伦理的概念。 • 解释企业社会责任。

5.3 企业的环境责任
专题研习

- 评析企业对利益相关者的责任。
- 评析消费者的权利与责任。
- 理解消费者的支援单位。
- 评析企业对环境的责任。

四、实施建议

（一）教学建议

教师实施“教师是引导，学生是主体”的教学策略。例如：教师利用真实案例，向学生提供信息，引导学生学习，帮助学生把商业与管理概念与商业活动联系起来，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。

在学生在学习过程中和学习完结后，教师能反思教学过程，并总结和运用所得的资料和经验，作为个人教学专业的成长基石。

设计教案应考虑的两项基本问题：

1. 怎样引导学生学习

学习是一个探索知识的过程，而不是灌输知识。商业学科教学应以教师为引导、学生为主体，相信每一个学生都有学习能力。教学过程中，教师的角色从灌输知识者转变为引导者，不只着重学生“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。这有助于培养他们负起自学的责任，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，提供必要的资料和条件，调动或鼓励学生依据所提供的资料，在有关问题上进行主动思考、发现。此外，让学生通过教材的自我挑战、专题研习、小组讨论、角色扮演等活动，把学习的知识、能力、技能巩固起来。

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，教师教学效果不好，并不是因为他没有水平，而是由于教学方法不恰当。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、问答法、小组讨论、参观拜访、角色扮演、影片欣赏等。一般上，选择教学方法所要考虑的要素如下：

- (1) 课程性质、课程目标、学习目标。
- (2) 内容的重点与难点。
- (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。

各单元的节数分配建议

商业学学科是独中商科学生的必修课，全书分三册，共 22 个单元。
 教学年段即高一、高二与高三；建议按每周 2 节，每节 40 分钟编排教学。

学年	单元	节数	学年	单元	节数
高一	商业导论	5	高三	银行与金融	5
	生产	6 +3 (专题研习)		企业组织	8
	分销——批发业	4		中小企业	6
	分销——零售业	8 +4 (专题研习)		人力资源管理	6 +4 (专题研习)
	国内贸易文件	6		行销管理	7
	国内贸易付款	6		财务管理	7 +4 (专题研习)
	仓库	4		金融市场	8
	运输	6		国际贸易	8
	通讯	5 +4 (专题研习)		税务	7
高二	广告	6	个人理财	5	
	保险	7 +4 (专题研习)	企业伦理	6 +4 (专题研习)	

(二) 评价建议

商业学科的评价必须符合该科的课程目标与学习目标的要求。学生智力领域是多元的，评价方式应朝向多元化如：纸笔测验、专题报告等，以便对学生的认知、技能与情感领域的目标做出定量和定性相结合的评价，这有利学生健全发展，落实成人成才的教育目标。

1. 校内评价

校内评价是学校采用的评价措施，目的是了解学生在认知、技能与情感领域的学习成果。除了设置纸笔测验，也建议增加专题研习 (Project Based Learning)，因为专题研习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，更能全面测量学生的知识、技能、情感，以及分析解决问题、创新、实践、发表等能力。

专题研习的成绩由书面报告与口头报告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。

教师在评书面报告时，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；口头报告的评分可由指导老师、自己组别或其他组共同负责。教师应告诉学生口头报告的评分原则与重点。

2. 公开评价

高中统考《商业学》是评定华文独立中学高中生完成高中三年的《商业学》课程后的知识和能力水平。评价结果可作为学生选择升学方向或就业的参考。

(三) 课程资源的开发与使用建议

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资源开发与使用之参考：

- (1) 独中教学平台资源站 www.moodle.dongzong.my
- (2) 家长
- (3) 社区
- (4) 学术团体、企业界
- (5) 报纸、杂志、电视、广播、互联网