

加州大学圣芭芭拉分校

2021 暑期在线访学项目 (商科)

University of California, Santa Barbara (2021 Summer)

项目类型: 短期在线专业课程

项目时间: 商业及个人品牌 2021.07.07 ~ 08.25

非销售岗位的销售 2021.07.06 ~ 08.24

区块链 2021.07.14~08.07

报名截至: 2021.05.30

一、项目综述

本项目是由被誉为“公立常春藤”的美国顶级公立名校加州大学圣芭芭拉分校（UCSB）为全球学生开设的暑期科研在线访学项目，让学生足不出国即可体验到 UCSB 的优质教育资源。项目特色在于帮助国际学生在学习专业领域学术知识的同时通过全英课堂提升学生的综合英语能力。授课老师通过在线授课结合 ZOOM 或其他同等在线直播平台与学生实时在线互动，使学生能体验到与线下面授课程同样的课堂知识深度。



二、项目特色优势

- **【足不出户体验顶级名校教育资源】** 在线课程由全球一流大学的导师亲自授课，为国际学生提供优质的在线科研课程，让学生足不出国即可体验到优秀的教学资源。
- **【实时真人授课】** 课程通过 ZOOM 或其他同等在线直播平台实时授课，同时结合在线互动环节，使学生能体验到与线下面授课程同样的课堂知识深度；
- **【全英课堂】** 通过全英课堂交流，不仅可以锻炼英语听说读写全方面能力，还能参与导师的实时课堂互动以及个人项目指导，课后也能复习查阅课程资料；
- **【名校成绩单&学分】** 参加在线课程，同样可获得加州大学圣芭芭拉分校开具的正式成绩单，为个人简历添砖加瓦；同时顺利完成学习，可以获得 2 个学分。

三、加州大学圣芭芭拉分校简介

- 创建于 1891 年，位于美国洛杉矶都市区著名海滨城市圣芭芭拉，属于加利福尼亚大学系统，是世界著名顶尖公立研究型大学，被誉为公立常春藤，是著名北美顶尖大学联盟美国大学协会、环太

平洋大学联盟和国际公立大学论坛的成员之一。

- 2021 美国新闻与世界报道世界大学排名全球第 56 名，2020 软科世界大学学术排名全球第 49 名，每年申请人数长年位列全美第四（《美国新闻与世界报道》）。
- UCSB 在理工和传媒方面尤为突出。理科位列全球前 15 强，工科位列全球第 33 名，传媒位列全球第 22 名。学校拥有 10 个美国国家科学研究中心。
- UCSB 现任教授中有 6 位诺贝尔奖得主，39 位美国国家科学院院士，29 位美国国家工程院院士，41 位美国人文与科学院院士以及 38 位美国科学促进院成员。

四、访学项目介绍

暑期有商业及个人品牌、非销售岗位的销售以及建立区块链世界：技术、社会与创新（区块链）三个课程方向可供选择，均可获得加州大学圣芭芭拉分校 2 个专业课程学分。

1. “商业及个人品牌”方向

【课程日期】

2021 年 7 月 7 日- 2021 年 8 月 25 日，每周三下午 3:30-5:45

【课程内容】

加州大学圣芭芭拉分校暑期“商业及个人品牌”在线课程共 18 小时，将通过 Zoom 实时直播授课，结合讲座、阶段性作业、个人品牌评估项目及课堂讨论等方式，深入学习品牌在建立全面市场营销战略过程中的重要性。本课程将会分析多个品牌的相关性与差异性，帮助理解产品、公司品牌对消费者的影响。个人品牌塑造是人们营销自身及其事业的一种方式，也是本课程的重要内容之一。

通过本课程的学习，学生将能够：

- ◆ 定义品牌塑造及区分产品 logo 与品牌的不同；
- ◆ 在建立品牌战略时懂得识别消费者人口统计数据及消费习惯的影响；
- ◆ 在确定品牌创造和品牌承诺时充分利用 SWOT 分析；
- ◆ 洞察标志性品牌及其创造价值/影响力的方式；
- ◆ 学会在变化的时代创建个人品牌。

【每周课程主题】

	课程主题
第一周	Introduction/Expectations - "Defining Brand", Brand Activism 课程介绍/预期: “定义品牌”、品牌行动主义
第二周	Brand assessment (market and brand), Goal Setting, SWOT analysis, Branding in the Coronavirus Age 品牌评估 (市场及品牌)、目标设置、SWOT 分析、新冠疫情时代的品牌化
第三周	Setting the Vision, Mission, Value and S.M.A.R.T Goals 设立愿景、使命、价值以及 SMART 目标
第四周	Personal Branding (Brand YOU) 个人品牌塑造 (自我营销)
第五周	Brand Equity Pyramid (Ideal, Promise, Unique Benefits, Ownable Assets), Brand Targeting, Needs-Based Segmentation, Persona Identification 品牌资产体系 (理想、承诺、独特优势、可有性资产)、品牌目标、按需市场细分、人设
第六周	Crafting a Communication Strategy, IBI - Insights, Benefits, Ideas 构建传播策略、IBI (洞见、优势、理念)
第七周	Untapped Opportunities in the Branding World, Cause-Purpose Branding, The 4 P's of Branding 品牌世界中未利用的机遇、有目的的品牌塑造、品牌塑造的 4P
第八周	Social Media and Branding (business and personal) 社交媒体中的品牌塑造 (商业及个人)
第九周	Personal Projects due (Personal Brand Assessment) – Brand Jeopardy game day (final exam prep/review) 提交个人项目 (个人品牌评估表)、品牌危险游戏日 (期末考试准备/复习)
第十周	Final Quiz, course wrap up 期末测验及课程总结

【参考书目】 Star Brands by Rogoll ~ISBN: 978-1-62153-463-1

【课程考核】 期末成绩将由以下几个方面组成:

课堂参与及考勤:	30%
作业:	30%
个人项目:	30% (在第九周进行)
期末测验:	10%

2. “非销售岗位的销售”方向

【课程日期】

2020年7月6日-2021年8月24日, 每周二下午 3:30-5:45

【课程内容】

加州大学圣芭芭拉分校暑期“非销售岗位的销售”在线课程共 18 小时, 将通过 Zoom 或其他同等在线直播软件实时直播授课, 同时结合加州大学圣芭芭拉分校在线课程互动管理系统 Gauchospace 提供课程所需相关材料。授课方式包括: 讲座、每周课堂讨论及作业、视频项目以及学生主导的期末测验。

不管在日常生活中扮演什么角色, 我们每个人都在不断销售。当你在一家公司工作时, 只要你跟公司外的人互动, 你就代表了你的公司。这使得无论职务如何, 从某种意义上说, 每一个人都是一名销售人员。非销售岗位的销售活动是指任何直接或间接影响客户满意度和客户对产品看法的活动。可以是制作销售手册这样的间接销售行为, 也可以是向销售代表传达关键客户信息这样的直接销售行为。与传统的销售岗位的销售不同的是, 非销售岗位的销售包含了能够发现相关人士潜在需求的顾问式与建议式的销售策略与销售方法。同时, 非销售岗位的销售也包含通过销售自身与自身观点以及说服组织内他人提供资源 (包括时间、预算以及支持) 来推动事情向某一个你所期望的方向发展。很多人在每天的工作、学习与生活中都会涉及到非销售岗位的销售。本课程将检视非销售岗位的销售在当今商业社会与大众个人生活中的相关性及其重要性。

通过本课程的学习, 学生将能够:

- ◆ 定义非销售岗位的销售并明确这一销售演变的出现与重要性;
- ◆ 区分传统式/交易型销售与顾问式/关系型及销售型销售的区别;
- ◆ 通过询问和倾听来确定客户和同事“显而易见”的需求;
- ◆ 在与客户、潜在客户和内部利益相关者打交道时, 理解谈判的基本要点;
- ◆ 发现建立关系销售策略对于长期运营的重要性;

- ◆ 理解组织中的每个人都具有销售职责的事实。

【每周课程主题】

	课程主题
第一周	Introduction/Expectations, “Defining Non-Sales Selling” and its emergence/importance and fostering the ‘Everyone Sells’ Culture 课程介绍/预期: “定义非销售岗位的销售” 及其出现/重要性、培养 “人人都是销售员” 的文化
第二周	Solution Selling and FAB (Features, Advantages, Benefits) 解决方案销售与 FAB 法则 (属性、作用、益处)
第三周	Traditional/Transactional Selling vs. Consultative/Relationship Selling 传统的/交易型销售 vs 顾问式/关系型销售
第四周	Building Trust and Loyalty in selling through your personal brand 通过个人品牌在销售中建立信任与忠诚
第五周	The Power of Communication (verbal, non-verbal, and active listening) in selling internal and external stakeholders 在销售内部和外部利益相关者方面的沟通能力 (语言的、非语言的和主动倾听)
第六周	Persuasion: Selling Yourself and your ideas to succeed at work. 说服: 销售你自己和你的想法, 从而在工作中获得成功
第七周	Surface Negotiation, Influencing Others in the Workplace. 表层谈判, 在工作中影响他人
第八周	Closing, Gaining Mutual Acceptance, Understanding Lead Generation, Suggestive Selling, Upselling and Cross-Selling. 成单、取得相互承兑、理解潜在客户开发流程、建议型销售、追加销售与交叉销售
第九周	Selling case study videos presented by students 由学生展示销售案例研究视频
第十周	Wrap up – Student led exam.

【参考书目】 无（由导师发布相关课程材料）

【课程考核】 期末成绩将由以下几个方面组成：

考勤	15%
作业及课堂参与	35%
销售视频项目	35%
期末测验-学生主导	15%

3. “建立区块链世界：技术、社会与创新”方向

【课程日期】

2021年7月14日-2021年8月7日，共4周8次课。

每周三&周六上午 8:00-10:15（具体上课日期为：7月14日、7月17日、7月21日、7月24日、7月28日、7月31日、8月4日、8月7日）

【课程内容】

加州大学圣芭芭拉分校暑期“**建立区块链世界：技术、社会与创新**”在线课程共18小时，通过 ZOOM 平台实时授课，全英课堂交流，不仅可以锻炼英语听说读写全方面能力、拓展国际视野，还可获得2个加州大学圣芭芭拉分校学分。

自从2008年世界上的第一个区块链应用——比特币出现以来，区块链技术已经成为了时下关注的热点话题。数以万计基于区块链技术的项目在全世界发行。人们相信区块链技术将像互联网一样史无前例地彻底改变世界。在这场区块链革命中，你将扮演何种角色？本课程将对区块链的概念、技术及其影响进行概述。课程运用多层次、多学科、批判性的研究方法，着力于使学生基本理解区块链的运作方式、使用场景，历史、局限性和机遇，以及区块链将如何在当下与未来塑造组织与社会。这不是一门编程课。本课程的目标是解析围绕着区块链技术的夸大宣传与困惑，帮助学生广泛思考作为一种社会力量的技术以及我们将如何使用分布式账本技术来塑造未来。

顺利学习本课程后学生将能够：

- ◆ 理解区块链/分布式账本技术的专业术语及历史；

- ◆ 评估区块链技术能够如何被用以解决全球性挑战；
- ◆ 熟悉多个不同领域（金融、环境、政府等等）中的用例；
- ◆ 评估区块链对于全球经济的影响；
- ◆ 了解科技的挑战和局限性。

【课程安排】

日期	课程主题
7月14日	区块链及理论方法介绍： <ul style="list-style-type: none"> ◆ 教学大纲与 Gauchospace 学习管理系统的介绍 ◆ 区块链的历史背景 ◆ 理论研究方法 ◆ 中本聪的数字货币方法：比特币
7月17日	金融： <ul style="list-style-type: none"> ◆ 中央银行与数字货币 ◆ 稳定币(Stable Coins) ◆ 去中心化金融和加密货币(DeFi & Crypto)
7月21日	管理： <ul style="list-style-type: none"> ◆ 去中心化的管理方式 ◆ 去中心化自治组织(DAOs) ◆ 治理型代币 ◆ 二阶投票
7月24日	以太坊与智能合约： <ul style="list-style-type: none"> ◆ 以太坊与智能合约 ◆ 去中心化技术的应用
7月28日	区块链的益处： <ul style="list-style-type: none"> ◆ 环境、医疗保健与土地登记用例 ◆ 国际组织与区块链
7月31日	数字身份、非同值化货币（NFT）与最新发展：

	◆ 加密趋势及社区
8月4日	局限性与前进之路 ◆ 区块链现状的批判性评估 ◆ 所面临的挑战概述
8月7日	期末项目展示

【参考资料】 课程相关阅读材料均在课程页面上提供

【课程考核】 期末成绩将由以下几个方面组成:

课程参与 (25%)	包括阅读材料、参与课堂任务与讨论、提出问题等
每周书面反馈 (25%)	共四次, 每次不超过 500 字
期末展示 (50%)	区块链用例评估及演讲展示

五、【导师介绍】

【授课导师】 Don Blumenthal



Don Blumenthal 长期执教于加州大学圣芭芭拉分校职业与继续教育学院, 开设课程包括商业及个人品牌、非销售岗位的销售及商业谈判课程。他曾服务于两家财富一百强公司: 泰森食品股份有限公司市场部副总裁、康尼格拉公司副总裁及总经理。他毕业于美国马里兰州的陶森大学, 目前是 Top Line Success 公司——一家商业及行业市场营销和销售咨询公司的主要负责人, 为美国多家顶尖企业提供咨询服务。他在品牌塑造、销售执行以及整体战略及营销管理等方面有着丰富的成功经验, 经常在各类国内及国际营销与媒体会议中担任行业发言人。此外, 他还在圣芭芭拉城市学院职业培训中心与加州安提阿大学的兼职授课。他的实操性教学方法和以学生为中心的学习理念鼓励学生互动, 极具灵活性, 能够帮助学生在课堂内外都获得成功。

【授课导师】 Maya Zaynetdinova

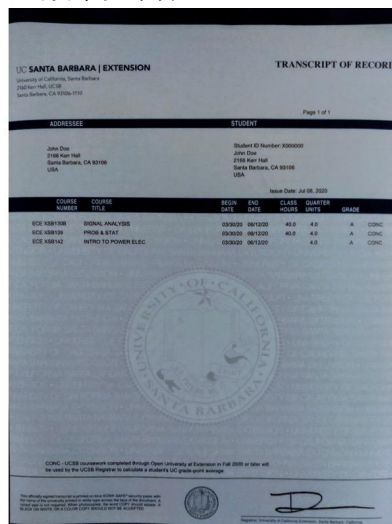


Maya Zaynetdinova 是加州大学圣芭芭拉分校在读博士研究生。本科在莫斯科国立国际关系学院国际法专业就读两年后，转入纽约州立大学科特兰学院国际研究与经济专业并获得学士学位。2018 年入读 UCSB 国际研究学博士。她的研究领域包括区块链、公民社会、全球治理、倡导研究、非赢利性组织、信息技术与社会等。Maya 自 2019 年起在 UCSB 担任多门国际研究课程的助教，2020 年成为跨学科人文学中心的十大新成员之一。

2020 年 9 月至今，Maya 一直担任加州大学圣芭芭拉分校区块链组织（BCUCSB）的宣传部负责人。BCUCSB 由一批学生、企业家与学者组成，旨在教导和提高人们对于区块链技术及其应用的认知。BCUCSB 与学校教师合作开设区块链学分课程。区块链具有高度的跨学科性质，BCUCSB 邀请行业内顶尖人士来担任演讲嘉宾，并举办各类研讨班、演讲活动、创新竞赛以及社交活动来让当地社区了解区块链的相关知识。BCUCSB 与诸多公司合作举办活动，例如 Consensys、区块链大学（Blockchain University）等等。邀请的演讲嘉宾在业界及学术界具有广泛的知名度，包括全球最大区块链媒体 Cointelegraph、著名政治咨询公司 Cambridge Analytica、美国互联网用户隐私信息安全服务提供商 Orchid Labs 等。

六、项目收获

参加加州大学圣芭芭拉分校在线项目的学生将由学校进行统一的学术管理与学术考核，顺利完成学业后，学生可获得加州大学圣芭芭拉分校的项目证书、成绩单及学分。



图：项目证书&成绩单参考样本

七、项目费用

项目总费用	商业及个人品牌 615 美金，约合人民币 3987 元 非销售岗位的销售 615 美金，约合人民币 3987 元 区块链 775 美金，约合人民币 5000 元
费用包括：	课程学费、线上大学资源、项目管理费

八、项目申请

1、项目名额

2021 年加州大学圣芭芭拉分校暑期在线访学项目每个方向课程选拔要求最低 20 人, 最高不超过 50 人。

2、项目申请截止日期：2021 年 5 月 30 日

3、选拔要求

- 1) 仅限本校全日制本科生及研究生，成绩优异、道德品质好，在校期间未受过纪律处分，身心健康，能顺利完成在线学习任务；
- 2) 年龄：学生开课时需已满 18 岁；
- 3) 申请要求：商业及个人品牌&非销售岗位的销售要求学生具有良好的英语基础，区块链要求学生语言达到大学英语四级 530 分、六级 500 分，无语言成绩可通过项目方英文面试获得录取资格；
- 4) 家庭具有一定经济基础，能够提供访学所需学杂费；
- 5) 通过项目面试、加州大学圣芭芭拉分校的学术审核、以及我校院系及国际合作处的资格审核。

4、项目申请录取方式和报名流程

第一步：项目咨询和申请，并填写报名表，链接如下：

<https://ks.wjx.top/vj/mqXpX5T.aspx>，通过外方院校审核。

第二步：校内备案。

本科生请在东华大学新教务系统的校外交流申请栏目中填写并提交申请。

研究生请前往 <http://gs.dhu.edu.cn/9622/list.htm> 下载表格，填好之后提供学院同意的截图，将电子表格和同意的截图发到研究生部邮箱：wulianchao@dhu.edu.cn，并抄送国际合作处段老师：duanjingbei@dhu.edu.cn。

九、报名咨询

国际合作处: 段老师 021- 62379072;

项目执行: 谭老师 15968151974 (手机微信同号)

咨询邮箱: lilian.tan@uchain-edu.org