

加州大学圣芭芭拉分校

2022 寒假在线访学项目

University of California, Santa Barbara (2022 Winter)

项目类型: 短期在线专业课程

项目时间: 商业及个人品牌 2022.01.20 ~ 03.10

非销售岗位的销售 2022.01.19 ~ 03.09

区块链 2022.01.19~03.09

学术英语阅读及写作 2022.1.22 ~ 04.23

报名截至: 2021.11.20

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）为全球学生开设的寒假科研在线访学项目，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

2022 寒假有商业及个人品牌、非销售岗位的销售、建立区块链世界：技术、社会与创新（区块链）以及学术英语及写作四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】

2022 年 1 月 20 日-3 月 10 日，每周四上午 10:00-12:15（北京时间）

【课程内容】

加州大学圣芭芭拉分校寒假“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】

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

	课程主题
第一周	Introduction/Expectations - "Defining Brand", Brand Activism, Generational Branding and Modern-Day Brand Management 课程介绍/预期: “定义品牌”、品牌行动主义、各时代品牌和现代品牌管理
第二周	Brand assessment, SWOT analysis, Brand Equity Health, Setting the Mission, Vision and Values & S.M.A.R.T. Goals 品牌评估、SWOT 分析、品牌资产健康、设立使命、愿景、价值观与 S.M.A.R.T. 目标
第三周	Personal Branding (Brand YOU) 个人品牌塑造 (自我营销)
第四周	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、个人特色
第五周	Crafting a Communication Strategy, IBI - Insights, Benefits, Ideas 构建传播策略、IBI (洞见、优势、理念)
第六周	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
第七周	Final Exam 期末考试
第八周	Personal Projects due (Personal Brand Assessment) – Course wrap up, Final Exam Review. If time allows, we will view Personal Brand Assessments by selected students. 个人项目截止 (个人品牌评估表) -课程总结、期末考试回顾。如果时间允许, 将展示部分学生的个人品牌评估作业

【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】

2022年1月19日-3月9日，每周三上午10:00-12:15（北京时间）

【课程内容】

加州大学圣芭芭拉分校寒假“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	<p>Introduction/Expectations, “Defining Non-Sales Selling” & its emergence/importance, fostering the ‘Everyone Sells’ Culture. Solution Selling & FAB (Features, Advantages, Benefits)</p> <p>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”的文化、解决方案销售与 FAB 法则 (属性、作用、益处)</p>
第二周	<p>Traditional/Transactional Selling vs. Consultative/Relationship Selling</p> <p>传统的/交易型销售 vs 顾问式/关系型销售</p>
第三周	<p>Building Trust and Loyalty in selling through your personal brand</p> <p>通过个人品牌在销售中建立信任与忠诚</p>
第四周	<p>The Power of Communication (verbal, non-verbal, and active listening) in selling internal and external stakeholders</p> <p>沟通 (语言的、非语言的和主动倾听) 在向内外部利益相关方销售时的作用</p>
第五周	<p>Persuasion: Selling Yourself and your ideas to succeed at work.</p> <p>说服: 销售你个人和你的想法, 从而在工作中获得成功</p>
第六周	<p>Surface Negotiation, Influencing Others in the Workplace.</p> <p>表层谈判, 在工作中影响他人</p>
第七周	<p>Closing, Gaining Mutual Acceptance, Understanding Lead Generation, Suggestive Selling, Upselling and Cross-Selling.</p> <p>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</p>
第八周	<p>Selling video project submitted by students due, final exam, wrap up 学生销售视频项目递交截止, 期末考试、课程总结</p>

【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】

2022年1月19日-3月9日，每周三上午10:00-12:15，共8节课，18小时

【课程内容】

加州大学圣芭芭拉分校寒假“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
第一节课	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
第二节课	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)
第三节课	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
第四节课	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
第五节课	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
第六节课	数字身份、非同值化货币 (NFT) 与最新发展: <ul style="list-style-type: none">◆ 加密趋势及社区
第七节课	局限性与前进之路 <ul style="list-style-type: none">◆ 区块链现状的批判性评估◆ 所面临的挑战概述
第八节课	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

4. “学术英语阅读与写作”

【课程日期】

2022 年 1 月 22 日-2022 年 4 月 23 日，14 次课，共 18 小时

3 月 13 日之前为每周六 9:45 am-11:00 am，3 月 13 日之后为每周六 8:45 am-10:00 am (北京时间)

【课程内容】

加州大学圣芭芭拉分校 2022 春季“学术英语阅读与写作”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、课堂讨论、小组活动及作业。

本课程帮助学生提高学术阅读和写作技能。学生将阅读使用多种修辞技巧的跨学科文本，学习这些文本在叙事、描述和说明以及论证写作上的平衡，从而培养批判性思维技能。学生将学习撰写说明文和议论文、在研究性写作中有效使用资料来源。同时帮助学生拓展学术词汇。

通过学习本课程，学生将能够：

- ✓ 比较性阅读
- ✓ 从阅读中分析和综合信息
- ✓ 在讨论与写作中使用批判性思维技巧
- ✓ 在写作中考虑写作目的与读者
- ✓ 创作具有适当修辞风格、语域和语气的小论文；
- ✓ 用适当的引文将相关支持文献整合到写作中。

【课程主题】 (由导师根据实际情况调整)

	课程主题
第 1-2 周	Reading to Writing Techniques (readings will all be handouts/posted on

	<p>Gauchospace, or in video format):</p> <p>阅读及写作技巧 (文本将通过 Gauchospace 在线平台或以视频形式发放) :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Critical Reading Skills: 批判性阅读技巧 ● Main Ideas 主旨 ● Academic Texts 学术文章 ● Inferencing 推理 ● Author's Stance/Credentials 作者的立场/依据 ● Critical Analysis 批判性分析 ● Making Connections 建立联系
第 3-4 周	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Main Ideas and Supporting Details 主旨与支持性的细节 ● Core Reading from New Directions Textbook 教材核心阅读 ● Critical Analysis 批判性分析 ● Making Connections 建立联系
第 5-6 周	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Purpose and Audience 目的与受众 ● Core Reading 核心阅读 ● Critical Analysis 批判性分析 ● Making Connections 建立联系 ● Essay One Due End of Week 6 第 6 周小论文一截止上交
第 7-8 周	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Figures of Speech 修辞格 ● Core Reading 核心阅读 ● Critical Analysis 批判性分析 ● Making Connections 建立联系
第 9-10 周	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Summarizing and Paraphrasing 总结与释义 ● Core Reading 核心阅读 ● Critical Analysis 批判性分析 ● Making Connections 建立联系
第 11-12 周	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tone 语调 ● Core Reading 核心阅读 ● Critical Analysis 批判性分析

	<ul style="list-style-type: none"> ● Making Connections 建立联系 ● Essay Two Due End of Week 12 小论文二上交截止第 12 周结束
第 13-14 周	<ul style="list-style-type: none"> ● Additional Core Reading 额外核心阅读 ● Critical Analysis 批判性分析 ● Final Exam 期末考试

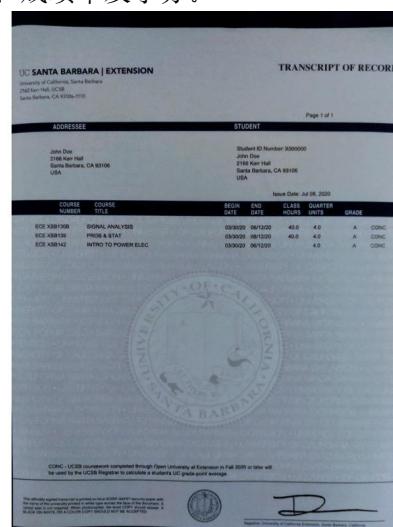
【课程考核】期末成绩将由以下几个方面组成：

课堂参与及考勤：	20%
作业：	20%
期末测验：	10%
小论文	50%

注意：大部分阅读讨论、教师帮助撰写论文、演讲、同侪讨论和同侪评估将在课堂上进行。如果缺席这些课程，学生将很难弥补。因此导师有严格的缺勤政策。缺勤超过 2 次，学生将被退课。每节课导师会进行考勤，如迟到 20 分钟以上，学生将被标记为缺勤。学生有任何问题都可以通过电子邮件联系导师。请始终保持视频和音频开启，以获得最佳课堂体验。

五、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

六、项目费用

项目总费用	商业及个人品牌/非销售岗位的销售 615 美金，约合人民币 4000 元； 区块链/学术英语写作与阅读 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

七、项目申请

1、项目名额

2022 年加州大学圣芭芭拉分校寒假在线访学项目每个方向课程选拔人数为 20 人。

2、项目申请截止日期：2021 年 11 月 20 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、学术英语阅读及写作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；

4、课程咨询与申请

项目报名表：<https://ks.wjx.top/vj/Q0n8EkV.aspx>

项目执行：谭老师 15968151974（电话/微信）

咨询邮箱：lilian.tan@uchain-edu.org

5、校内审批与备案

所有参加以上项目的同学，均须在参与项目之前完成校内备案。

- 1、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。
- 2、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。

联系人：国际合作处段老师 duanjingbei@dhu.edu.cn。