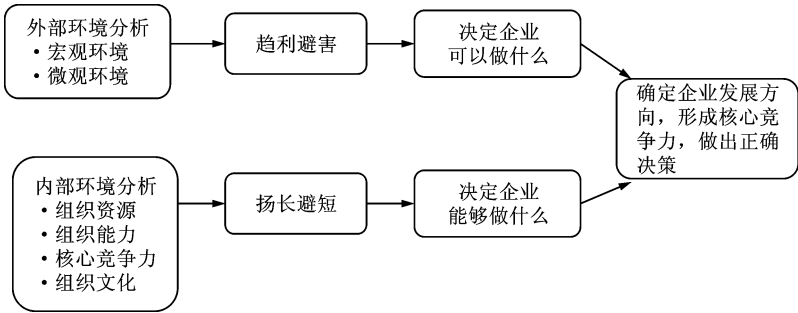


教 学 过 程

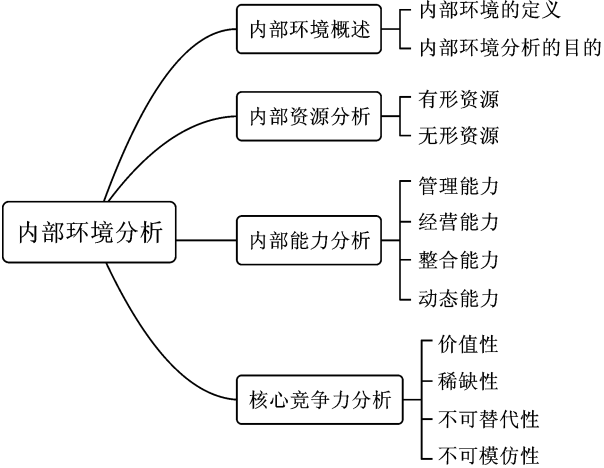
课前导学		
教学实施	学生活动	学习内容
(一) 视频学习任务发布	观看微课视频，了解本次课基础知识	(1)组织内部环境的定义。 (2)组织内部环境分析的内容。 (3)组织内部环境分析的目的。
(二) 资料阅读任务发布	阅读教师发布的热点学习资料，展开初步思考	(1)解析美国政府封禁 TikTok 的背后目的。 (2)抖音现状及未来的发展趋势。 (3)运营职业发展解惑：7 大职业核心竞争力及提升建议。
(三) 个人分析任务发布	结合微课所学知识，对资料进行思考，按要求完成分析任务	1. 思考问题 (1)美国“封杀”TikTok(抖音)的根本原因在哪? (2)TikTok(抖音)迅猛发展的原因在哪? (3)假设你要参与一项非常重要的面试，面试官请你谈谈你的核心优势有哪些，请做简要的自我核心竞争力分析。 2. 领取任务 以个人为单位，根据给定资料，并查阅相关数据和资料，结合企业内部环境分析的内容，分析 TikTok(抖音)的核心竞争力表现在哪些方面，是否能应对美国的“封杀”。

课中教学		
教学实施	学生活动	学习内容
<p>(一) 案例导入 引发思考 (5 分钟)</p>	<p>回顾案例, 思考问题, 参与讨论</p>	<p>【案例分析】 遭遇特朗普“封杀”,与微软收购谈判陷入僵局——TikTok(抖音)迅猛发展凭什么? 北京时间 2020 年 8 月 7 日,美国总统特朗普引用《国际紧急经济权力法》签署两项行政命令,禁止受美国司法管辖的任何人或企业与 TikTok 母公司字节跳动进行任何交易,这让微软和 TikTok 母公司字节跳动的收购谈判陷入僵局(图 1)。</p>  <p>图 1</p> <p>(图片来源: https://ishare.ifeng.com/c/s/7vHbEicaOJU)</p> <p>Sensor Tower 数据显示,2020 年 5 月,TikTok 全球下载量突破 20 亿人次。2019 年 1、2、4 季度,均位列“全球 App 下载量榜单”的第一名。2020 年疫情期间,TikTok 在美国的同比增长长达 375%。每个月 TikTok 在美国的活跃用户维持在 3000 万人次左右。2020 年,TikTok 的估值在 500 亿美元左右。</p> <p>【思考讨论】 (1) 美国“封杀”TikTok(抖音)的根本原因在哪? (2) 创立于 2016 年的 TikTok(抖音),4 年时间内迅猛发展的原因在哪? 其核心竞争力是什么?</p>
<p>(二) 组织预习 检测 梳理基础知识 (5 分钟)</p>	<p>结合导入案例思考,参与检测</p>	<p>1. 【判断题】组织经营条件是指组织所拥有的各种资源的数量及质量情况。() A. 正确 B. 错误</p> <p>2. 【多选题】企业的资源按其是否容易辨识和评估来划分,可以分为()。 A. 流量资源和有形资源 B. 存量资源和无形资源 C. 流量资源和存量资源 D. 无形资源和有形资源</p> <p>3. 【分析题】企业内、外部环境分析分别对企业经营发展有何作用(图 2)?</p>

教学实施	学生活动	学习内容																
	根据案例综合检测, 深入理解基础知识	 <p style="text-align: center;">图 2</p> <p>基础知识 1——组织内部环境的定义 组织内部环境是有利于保证组织正常运行并实现组织利润目标的内部条件与内部氛围的总合。</p> <p>基础知识 2——组织内部环境分析的内容 ◇组织资源(有形资源与无形资源)。 ◇组织能力。 ◇组织文化。 ◇核心竞争力。</p> <p>基础知识 3——组织内部环境分析的目的 掌握组织发展历史和目前的状况, 明确组织所具有的优势和劣势, 帮助组织有效利用自身资源, 扬长避短制订合理的发展策略。</p>																
<p>(三) 重点难点解析 (20 分钟)</p> <p>1. 营造情景, 随机选取学生发表个人观点, 归纳总结, 引入重点学习内容</p>	结合情景内容, 发表个人观点, 综合理解重点知识	<p>重点知识——组织内部环境分析</p> <p>1. 企业资源</p> <p>【情景分析】 由于原餐厅经营状态非常好, 作为餐厅老板, 你需要盘点哪些资源以备开设新的分店(表 1)?</p> <p style="text-align: center;">表 1</p> <table border="1"> <tr> <td rowspan="4">有形资产</td><td>财务资源</td><td> <ul style="list-style-type: none"> 企业的资产负债状况 企业内部产生现金流状况 </td></tr> <tr> <td>组织资源</td><td> <ul style="list-style-type: none"> 企业组织结构、管理机制、控制方法、管理传统或者组织惯例等 </td></tr> <tr> <td>实物资源</td><td> <ul style="list-style-type: none"> 企业经营所需要的设施与设备的分布和先进水平 </td></tr> <tr> <td>人力资源</td><td> <ul style="list-style-type: none"> 企业员工的数量以及素质、知识和能力结构 </td></tr> <tr> <td rowspan="3">无形资产</td><td>技术资源</td><td> <ul style="list-style-type: none"> 企业的专利、商标、版权和商业秘密 </td></tr> <tr> <td>关系资源</td><td> <ul style="list-style-type: none"> 企业与政府、顾客、供应商、行业协会等相关利益团体的关系 </td></tr> <tr> <td>声誉资源</td><td> <ul style="list-style-type: none"> 品牌和企业的声誉 </td></tr> </table>	有形资产	财务资源	<ul style="list-style-type: none"> 企业的资产负债状况 企业内部产生现金流状况 	组织资源	<ul style="list-style-type: none"> 企业组织结构、管理机制、控制方法、管理传统或者组织惯例等 	实物资源	<ul style="list-style-type: none"> 企业经营所需要的设施与设备的分布和先进水平 	人力资源	<ul style="list-style-type: none"> 企业员工的数量以及素质、知识和能力结构 	无形资产	技术资源	<ul style="list-style-type: none"> 企业的专利、商标、版权和商业秘密 	关系资源	<ul style="list-style-type: none"> 企业与政府、顾客、供应商、行业协会等相关利益团体的关系 	声誉资源	<ul style="list-style-type: none"> 品牌和企业的声誉
有形资产	财务资源	<ul style="list-style-type: none"> 企业的资产负债状况 企业内部产生现金流状况 																
	组织资源	<ul style="list-style-type: none"> 企业组织结构、管理机制、控制方法、管理传统或者组织惯例等 																
	实物资源	<ul style="list-style-type: none"> 企业经营所需要的设施与设备的分布和先进水平 																
	人力资源	<ul style="list-style-type: none"> 企业员工的数量以及素质、知识和能力结构 																
无形资产	技术资源	<ul style="list-style-type: none"> 企业的专利、商标、版权和商业秘密 																
	关系资源	<ul style="list-style-type: none"> 企业与政府、顾客、供应商、行业协会等相关利益团体的关系 																
	声誉资源	<ul style="list-style-type: none"> 品牌和企业的声誉 																

教学实施	学生活动	学习内容																														
<p>2. 结合前面的知识进行综合讲授,辨析企业资源与企业能力之间的关系</p> <p>3. 组织课堂情景活动,选取 3~5 名学生担任“面试官”,组织学 生互评,最后教师结合知识点进行综合点评</p> <p>★【课程思政】 通过情景模拟活 动,让学生对自 身的核心竞争力 有初步了解,帮 助学生正确地客 观地认识自己, 为以后的职业生 涯规划打好基础</p>	<p>边 听 边 思 考,理解知 识内容</p> <p>参与情景活 动,“面 试 官”评 价 “应 聘 者” 的 核 心 竞 争 力 分 析 是 否 准 确,是 否 具 有 吸 引 力,结 合 活 动 理 解 知 识 点</p>	<p>2. 企业能力</p> <p>企业能力是指将众多资源结合运用以完成一项任务或活动的才能。</p> <p>◇管理能力:计划、组织、领导、控制等一般能力。</p> <p>◇经营能力:企业中的专业技能(如营销能力、财务管理能力、研发能力、生产能力等)。</p> <p>◇整合能力:将企业内部和外部各种资源和能力动态整合、优化配置和发挥组合优势的能力。</p> <p>◇动态能力:在应对环境变化与竞争互动的过程中能够表现出应有的速度和创新。</p> <p>3. 核心竞争力</p> <p>核心竞争力也称核心能力、核心专长,是指为企业战胜其竞争对手,提供竞争优势来源的资源和能力(表 2)。</p> <p style="text-align: center;">表 2</p> <table><tr><th>价值性</th><th>稀缺性</th><th>不可模仿性</th><th>不可替代性</th><th>竞争后果</th><th>对收益的意义</th></tr><tr><td>否</td><td>否</td><td>否</td><td>否</td><td>无竞争优势</td><td>低于平均回报</td></tr><tr><td>是</td><td>否</td><td>否</td><td>是/否</td><td>竞争对等</td><td>平均回报</td></tr><tr><td>是</td><td>是</td><td>否</td><td>是/否</td><td>暂时性的竞争优势</td><td>平均或高于平均回报</td></tr><tr><td>是</td><td>是</td><td>是</td><td>是</td><td>持久性的竞争优势</td><td>高于平均回报</td></tr></table> <p>【情景分析】</p> <p>“面试自我营销大比拼”。</p> <p>假设你要参与一项非常重要的面试,面试官问你:“你和别人比,你的核心优势是什么?”</p> <p>请结合所学知识分析一下自己的核心竞争力。</p> <p>【分析内容】</p> <p>(1)个人基本情况:</p> <p>◇外貌身高。</p> <p>◇性格爱好。</p> <p>(2)专业能力。</p> <p>(3)通用能力:</p> <p>◇沟通交流。</p> <p>◇团队协作。</p> <p>◇领悟与执行力。</p> <p>◇组织管理能力。</p> <p>◇情绪管理能力。</p> <p>【问题解答】</p> <p>导入案例。</p> <p>美国“封杀”TikTok(抖音)是因为抖音发展速度太快,威胁美国本土高科技企业,为了不让中国高科技企业进入美国市场,采取莫须有罪名陷害中国企业。</p>	价值性	稀缺性	不可模仿性	不可替代性	竞争后果	对收益的意义	否	否	否	否	无竞争优势	低于平均回报	是	否	否	是/否	竞争对等	平均回报	是	是	否	是/否	暂时性的竞争优势	平均或高于平均回报	是	是	是	是	持久性的竞争优势	高于平均回报
价值性	稀缺性	不可模仿性	不可替代性	竞争后果	对收益的意义																											
否	否	否	否	无竞争优势	低于平均回报																											
是	否	否	是/否	竞争对等	平均回报																											
是	是	否	是/否	暂时性的竞争优势	平均或高于平均回报																											
是	是	是	是	持久性的竞争优势	高于平均回报																											

教学实施	学生活动	学习内容																																			
<p>(四) 管理实践 深化知识 (12 分钟)</p> <p>随机抽取 4 名同学对实践任务展示个人观点, 随机抽取 4 名同学对展示观点的同学进行评分和评价, 最后归纳学生观点</p> <p>★【课程思政】 通过管理实践活动, 让学生了解当前的国际政治形势, 深入了解我国优秀的高科技民族企业发展现状, 培养学生的民族自豪感和自尊心</p>	根据所学关键知识, 参与课堂活动任务, 理解并整合知识	<p>【实践任务】</p> <p>根据给定资料, 结合所学知识, 从技术研发能力、营销推广能力、整合传播能力、经营能力四个方面分析 TikTok(抖音) 的核心竞争力在哪里?</p> <p>【分析示例】</p> <p>(1) 分析内容如表 3 所示。</p> <p style="text-align: center;">表 3 分析示例</p> <table><tr><th>企业能力</th><th>核心资源</th></tr><tr><td>技术研发</td><td>推荐算法、最大并发负载量、人均使用时长、技术专利数量</td></tr><tr><td>营销推广</td><td>国家分布数量、发达国家用户数量、App 下载排行情况、海外并购情况</td></tr><tr><td>整合传播</td><td>抖音音乐进入热门排行、对其他产业推动情况、主流媒体报道情况</td></tr><tr><td>经营</td><td>付费用户数量、付费用户比例、人均付费金额、平台广告盈利情况</td></tr></table> <p>(2) 核心竞争力分析如表 4 所示。</p> <p style="text-align: center;">表 4 核心竞争力分析</p> <table><tr><th>企业能力</th><th>价值性</th><th>不可模仿性</th><th>稀缺性</th><th>不可替代性</th></tr><tr><td>技术研发</td><td>是</td><td>是</td><td>是</td><td>否</td></tr><tr><td>营销推广</td><td>是</td><td>是</td><td>是</td><td>否</td></tr><tr><td>整合传播</td><td>是</td><td>是</td><td>是</td><td>否</td></tr><tr><td>经营</td><td>是</td><td>是</td><td>否</td><td>否</td></tr></table> <p>【结论】</p> <p>TikTok(抖音) 核心竞争力国际化开展能力、技术研发能力较强, 在文化传播方面有自身的优势, 盈利变现模式的长期商业化有待加强。总体来说核心竞争力较强, 对于美国“封杀”不必过于担忧。</p>	企业能力	核心资源	技术研发	推荐算法、最大并发负载量、人均使用时长、技术专利数量	营销推广	国家分布数量、发达国家用户数量、App 下载排行情况、海外并购情况	整合传播	抖音音乐进入热门排行、对其他产业推动情况、主流媒体报道情况	经营	付费用户数量、付费用户比例、人均付费金额、平台广告盈利情况	企业能力	价值性	不可模仿性	稀缺性	不可替代性	技术研发	是	是	是	否	营销推广	是	是	是	否	整合传播	是	是	是	否	经营	是	是	否	否
企业能力	核心资源																																				
技术研发	推荐算法、最大并发负载量、人均使用时长、技术专利数量																																				
营销推广	国家分布数量、发达国家用户数量、App 下载排行情况、海外并购情况																																				
整合传播	抖音音乐进入热门排行、对其他产业推动情况、主流媒体报道情况																																				
经营	付费用户数量、付费用户比例、人均付费金额、平台广告盈利情况																																				
企业能力	价值性	不可模仿性	稀缺性	不可替代性																																	
技术研发	是	是	是	否																																	
营销推广	是	是	是	否																																	
整合传播	是	是	是	否																																	
经营	是	是	否	否																																	

教学实施	学生活动	学习内容
<p>(五)综合小结 (3 分钟)</p> <p>★【课程思政】 将中国传统文学作品《史记》中的著名观点与管理学的内部环境分析理论进行对照解析,弘扬中国传统哲学文化</p>	<p>回顾课前、课堂所学的知识点,形成整体印象</p>	<p>内部环境分析课堂总结如图 3 所示。</p>  <p>图 3 内部环境分析课堂总结</p> <p>【结束语】 善用兵者，不以短击长，而以长击短。——司马迁《史记·淮阴侯列传》</p> <p>【释义】 善于用兵打仗的将领，不用自己的短处去攻击敌人的长处，而是用自己的长处去攻击敌人的短处。</p> <p>【教师小结】 企业内部环境分析是企业开展经营活动的基础，通过对内部环境的资源及能力分析，“知人者胜，自知者明”。只有充分了解组织内部自我资源及能力所长，确定企业的核心竞争力，才能扬长避短，在激烈的市场竞争中脱颖而出。</p> <p>【课程思政小结】 我们的祖国日益强大，优秀的民族企业如雨后春笋般涌现，值得我们为之骄傲和自豪。同时，我们要能分析清楚自身的核心竞争力在哪，才能在工作岗位中发挥自己所长，为中华民族的腾飞奉献自己的一份心力。</p>

课后巩固		
教学实施	学生活动	学习内容
(一) 推荐课外选读书籍	根据学生学习能力, 阅读推荐书籍, 拓展知识宽度	书名: 从竞争力到核心竞争力 作者: 杨永胜 出版社: 中国发展出版社 ISBN: 9787517704720
(二) 发布课后讨论主题	参与课后线上讨论, 通过思考延伸知识深度	(1) 如何理解企业资源、能力与竞争优势之间的关系? (2) 企业核心竞争力有哪些特点? (3) 你认为内部环境和外部环境分析, 对企业发展各有什么作用?
(三) 发布课后拓展任务	结合观点讨论, 撰写分析报告	4 人一组, 查阅相关资料, 结合课中所学的内部环境分析知识, 整理管理实践中对 TikTok(抖音) 的核心竞争力分析观点, 从企业的财务资源、关系资源、人力资源等方面着手, 分析其优势和劣势, 提出 TikTok(抖音) 未来发展策略上需要进一步加强的地方, 并形成一份 TikTok(抖音) 内部环境分析综合报告, 要求如下: ① 报告字数在 1500~3000 字, 按照学校论文标准格式。 ② 1 人主要负责资料检索、1 人负责课堂观点的整合, 1 人负责优劣势分析报告撰写, 组长负责组织小组集体分析讨论, 完善报告格式并将报告上传到“超星学习通”平台。 ③ 分析报告的观点必须有实际的数据或者案例支撑。

【教学反思】

课堂模拟求职面试的情景活动学生参与积极性高, 大部分学生从这一阶段的课堂小练习都能发现自身的闪光点, 找到自己的核心竞争力, 表明学生基本完成了本堂课的学习目标。

但在课堂实践任务中, 在对抖音这一类大规模互联网新型企业展开核心竞争力分析时, 存在部分学生找不到相关数据和案例、分析层次较浅的现象。对于此类现象, 要加强学生资料查阅、整理和检索信息的能力, 为后续的学习做好铺垫。

【信息化教学应用说明】

1. 课前

- (1) 运用已有的省级精品在线开放课程资源, 开展微课学习。
- (2) 在“超星学习通”上发布课前阅读资料、新闻网站链接及思考任务。
- (3) 在“超星学习通”后台检查学生课前学习任务领取情况及微课视频观看情况。
- (4) 线上督促自觉性较差的学生完成课前学习要求。

2. 课中

运用“雨课堂”“超星学习通”和“智慧教室”在线签到、随机选人、在线抢答、观点分析并展示投屏等信息化教学功能, 开展课堂教学互动。

3. 课后

通过“超星学习通”开展主题讨论和作业上传及评阅功能, 巩固并延伸知识。