

2019 年外研社“教学之星”大赛

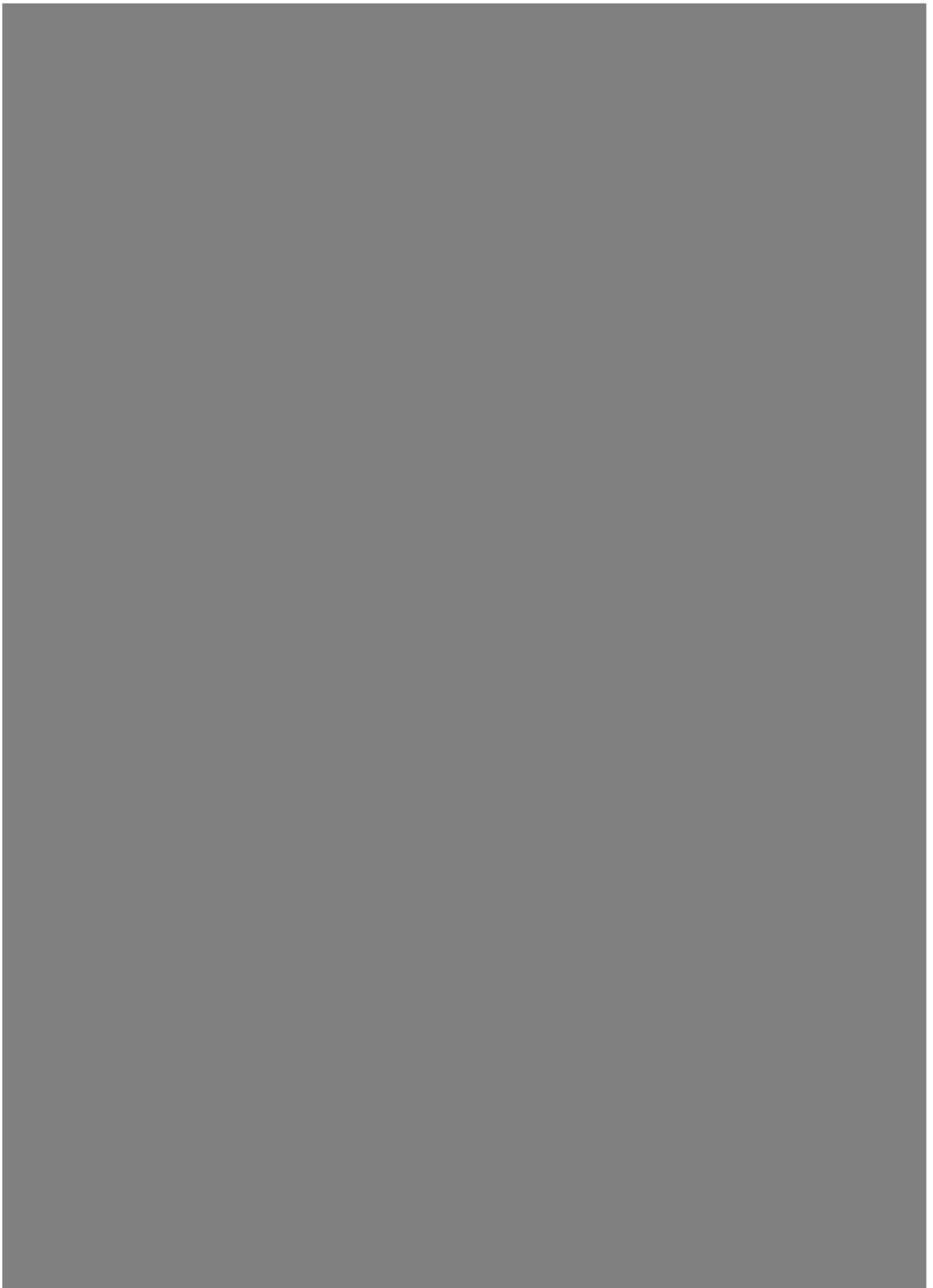
教学设计方案

一、基本信息

课程名称	综合商务英语
课程类别	<input type="checkbox"/> 大学英语基础课程 <input type="checkbox"/> 大学英语后续课程 <input type="checkbox"/> 英语专业课程 <input checked="" type="checkbox"/> 商务英语专业课程 <input type="checkbox"/> 翻译专业课程
教学对象	英语专业（跨境电商方向）本科一年级学生
教学时长	4 学时
教材名称	《商务英语：初入职场》
参赛单元	第__册 第__7__单元（*单本教材仅填写单元信息）

二、团队信息





三、课程设计方案

1、课程定位

校情分析：

学校英语（跨境电子商务）专业已有数年，商务英语综合课是其专业基础必修课程，分为初级阶段和提高阶段。学校在人才培养目标中明确提出：培养具有英语综合运用能力、商务实践能力和跨文化交际能力，培养适应社会需求的、胜任现代职业岗位的“语言+商务”高素质复合应用型人才。

课程分析：

本课程以基础英语知识和技能为根本依托，将语言与商务相互融合，要求学习者在熟练掌握英语语言及技能运用的基础上，强化商务英语和商务技能的学习与运用；同时本课程与其它专业课程也相辅相成、互为基础，对于基础英语和专业课程起着承上启下的作用。

学情分析：

1) 授课对象：省属二本院校、英语专业（跨境电商方向）本科一年级学生。

2) 能力基础：开设在英语专业之下的跨境电子商务方向学生，尚未接触任何商务基础知识和商务能力。语言基础知识和听说读写基本能力较好，但语言产出方面的逻辑性和思辨性有待提高。

3) 教学班级情况：班级规模在 30 人左右，适合班级展示、小组讨论等互动性强的课堂活动。为保证讨论深度和课堂效果，课前教师会通过网络教学平台以微课、文本等形式发布课前预习任务，培养学生自主学习能力；课中偶尔使用实时弹幕、随机提问、随堂测验等线上教学功能增强教学形式多样性；课后通过课件分享、延伸阅读、视频等形式补充线上教学资源，发布商务写作、商业策划等课后作业，提高学生的语言运用能力和商务实践能力。

4) 困难及问题预测：本单元内容与学生日常生活联系性强，容易引起学生共鸣和思考，课堂讨论有话可说；但在完成产出任务时，学生可能会存在以下问题：1) 语言表达缺口（用英文描述或分析案例时丢失准确性）2) 商务知识缺口（对于商务专业术语的理解和讨论可能不够全面，思辨能力有待提高）。

教情分析：

1) 教学团队平均年龄 35 岁，教龄均在 8 年以上，均拥有海外学习生活经历，且长期在商务单位或外贸企业兼职，积极参加商务英语专业教师培训和研讨会。教学理念先进，语言驾驭力强，商务经验丰富。

2) 跨境电子商务方向已招收学生 3 年，每届招收 1 个班，教师熟悉学生的个性特点、语言水平级学习需求。定期带队参加广交会、商务英语技能大赛。

3) 团队教师主讲过商务英语综合、商务英语听力、商务英语口语、跨境电子商务导论、跨进电子商务实务、国际商务礼仪、国际贸易理论和实务、国际商务谈判、跨文化交际等商务英语专业课程，教学基本功扎实。

教材分析：

1) 《商务英语：初入职场》精选 Intelligent Business 的内容，精心补充和设计

符合中国商务英语学习者特点和实际水平的材料和活动，设置“商务学习（Learn Business）”和“商务实践（Do Business）”两大模块，引导学习者“学”“用”相长，锤炼商务语言，积累商务知识，践行商务技巧，提升职场素养，为未来职业发展打下良好基础，提升职场竞争力。

2) 该教材教学理念新颖，难度适中，教学流程合理，每单元围绕一个商务领域展开，内容覆盖听说读写各语言基本技能，能有效提高学生英语语言技能和商务实践技能。

3) 但是，该教材在单元内部教学材料选择上关联性不是很大，各教学环节之间相对孤立，且附带课件类似电子书，形式过于简单，对教师的课堂教学设计能力和 PPT 制作有一定挑战；同时该教材缺乏课后补充阅读材料，难以满足学生课后进行同主题拓展活动的需求。

2、教学目标

本课程总学时数为 40 学时，2.5 个学分。

1) 学习目标

通过本课程的学习，学生应在原有英语基础知识上强化商务知识的学习和商务英语语言运用能力的训练，进而既具备商务基础知识又能不断提高商务英语语言综合技能，为将来就业和升学奠定良好的基础。

2) 职业能力目标

- a) 能理解商务概念及有关的内容和基本术语。
- b) 能看懂商务沟通、洽谈和介绍的有关内容和基本术语。
- c) 能熟悉人力资源管理的有关内容和基本术语。
- d) 能了解市场营销和产品推介的有关内容和基本术语。
- e) 能了解商务报告的基本格式与体裁，看懂英文商业报告。
- f) 能熟悉英文版电子商务的有关内容和用语。

3) 职业素养目标

- a) 提高学生的实际操作能力，能无障碍看懂及撰写英文商务信函、报告、合同、会议记录等商务类文件。
- b) 提高学生基本的商务英语听说读写译技能，能在一般的商务活动中进行应对和交流。
- c) 加强学生对于商务词汇和术语的掌握，了解熟悉商务活动的过程，并参与其中。
- d) 具备商务人员应有的基本素质，同时对于企业的成功之道有一定的了解。

预期成效：

学习者将语言与商务相互融合，对商务英语有较大兴趣，具备基本的商务知识和初级商务思维和商务实践技能，具备中高级商务英语课程的自学能力。

3、教学内容

序号	单元名称	线上教学资源	线下教学资源
1	Job-seeking	微课、视频、TED Talk、The Economist、BBC	教材、ppt、求职信简历样本

2	Business etiquette	微课、视频、TED Talk、Forbes	教材、ppt、西装、椅子、丝巾、领带、名片
3	Companies	微课、视频、The Economist、Forbes、Newsweek、VOA	教材、ppt、公司照片、组织成员图、营业执照样本
4	Strategy	微课、视频、TED Talk、The Economist	教材、ppt、光盘影片
5	Marketing	微课、视频、TED 演讲、The Economist、Forbes、Newsweek	教材、ppt、光盘影片
6	Finance	微课、The Economist、Forbes、Newsweek、BBC	教材、ppt、光盘影片
7	Advertising	微课、视频、TED 演讲、The Economist	教材、ppt、报纸、广告单页
8	Communication	微课、视频、TED Talk、The Economist、VOA	教材、ppt、光盘影片 华为内部培训教材
9	Teamworking	微课、视频、TED Talk、The Economist、BBC	教材、ppt、光盘影片 华为内部培训教材
10	Innovation	微课、视频、TED Talk、Forbes、Newsweek	教材、ppt、光盘影片

4、教学组织

本课程教学以学生为主体，以应用型人才培养为目标，以语言应用能力为中心，以商务实践为导向，依据学生在将来职场中要面临的问题，以产出导向法、任务型教学法、案例教学及项目驱动等为主要教学方法，综合运用多媒体网络教学、翻转课堂，对分课堂，线上线下混合式课堂等多种教学手段开展教学。

采用“语言技能与商务知识相结合、商务学习与商务实践相结合”的设计理念。注重语言学习和商务英语知识学习的理想结合，培养学习者在典型商务情境中完成商务活动和职场沟通的能力。每单元均由“商务学习”与“商务实践”两部分组成，“语言技能”与“商务知识”相结合，内容相互融合，相辅相成，真正实现“learning by doing”。

5、教学评价

采用测试/练习、口试/笔试、课内/课外、百分制/等级制/评语制等多种方式，从语言技能、语言知识、情感态度、学习策略、文化意识五个方面进行评价，教师评价、学生自我评价与学生之间互相评价相结合。根据教学平台提供的课前-课堂-课后全周期教学数据分析，调整下一步教学内容与形式。

综合评价（100%）=自评（20%）+互评（20%）+教师评价（60%）。

- 1) 自评（20%）：学生进行本单元的自我评估；
- 2) 互评（20%）：学生通过教学平台对线上作业进行互评；
- 3) 教师评价（60%）：教师综合学生的出勤、课堂表现、线上活动给予评价。

四、单元设计方案

1、单元教学目标

商务知识技能与职场素养教学目标：

- 1) 掌握广告的定义，熟悉广告的主要渠道与形式，了解新媒体广告与传统媒体广告的特色与优劣
- 2) 掌握 12 种广告技巧并学会运用
- 3) 了解“以话题为中心”和“以话题相关联”的叙事风格，能在跨文化职场环境中，掌握在不同文化背景下的进行叙事的能力
- 4) 掌握商务传真的写作能力

语言技能教学目标：

- 1) 阅读：对文章结构与文章大意的概括分析能力。
- 2) 写作：掌握商务信函尤其是商务传真的格式和语言风格。
- 3) 听力：能听懂与广告行业相关的简要介绍
- 4) 口语：能在跨文化背景下，运用英语进行叙事

2、单元教学内容

主要内容：

- 1) 商务方面主要涉及广告的定义、技巧；创意广告案例；广告的发展趋势、商业传真等；
- 2) 语言学习方面主要涉及英语听说读写基本知识与技能，尤其是快速阅读、听力理解能力。

课时分配：

本单元教学共需 4 课时，分别为主题探究课、阅读课、听力/案例分析课、商务写作/实践课。

设计理念与思路：

采用“语言技能与商务知识相结合、商务学习与商务实践相结合”的设计理念。注重语言学习和商务英语知识学习的理想结合，培养学习者在典型商务情境中完成商务活动和职场沟通的能力。每单元均由“商务学习”与“商务实践”两部分组成，“语言技能”与“商务知识”相结合，内容相互融合，相辅相成，真正实现“learning by doing”。具体内容与学时安排如下：

单元内容		教学内容		课时节次			
		课本内容	补充内容				
语言技能	口语	P68: Preview P71: 媒体与传统媒体的优劣	视频 1: 馥蕾诗广告	1			
	阅读	P68: The harder hard sell	线上阅读: 《经济学人》-Advertising on		2		

商务知识实践			the Edge				
	听力	P74:1 Two Creative Adverts 2 A Banned Advert	视频 3: TED 演讲-How Amazon, Apple, Facebook and Google manipulate our emotions			3	
	写作	P134: 商务传真	微课 2: 什么是传真?				4
	商务知识	P67: Keynotes on Advertising P72: BIZ techniques	微课 1:12 Advertising techniques	1			
	商务知识	广告的发展前景	视频 2: 电影把汽车送上了神坛, 堪称最佳植入式广告!		2		
	跨文化职场技能	P75: 职场技能 Storytelling P76: 不同文化背景下的叙事风格—Topic-centered & Topic-associating	视频 4: 1. 华为在西班牙的广告-寻找星球 视频 5: . 肯德基母亲节全新广告 视频 6: . Japanese TV Commercials				4
任务演练	P77: Dilemma-Danger Zone	视频 7: Apple' s Advertising Secrets			3		

3、单元教学组织

课节	学时数	教学资源 (★表示重点及难点)	
		教材内容	线上线下补充资源
Section 1 主题探究课	1 学时	P68: Preview P71: 媒体与传统媒体的优劣 P67: Keynotes on Advertising ★P72: BIZ techniques	微课 1:12 Advertising techniques 视频 1: 馥蕾诗广告
Section 2 阅读课	1 学时	课文 P68: ★The harder hard sell	视频 2: 电影把汽车送上了神坛, 堪称最佳植入式广告! 阅读材料: 《经济学人》-Advertising on the Edge
Section 3 听力/案例分析课	1 学时	★听力材料 P74: 1 Two Creative Adverts 2 A Banned Advert 案例 P77: Dilemma- Danger Zone	视频 3: TED 演讲-How Amazon, Apple, Facebook and Google manipulate our emotions 视频 7: Apple' s Advertising Secrets

Section 4 商务写作/ 实践课	1 学时	★P134: 商务传真 P75:职场技能 Storytelling P76:不同文化背景下的叙事风格—Topic-centered &.Topic-associating	微课 2: 什么是传真? 视频 4: 华为在西班牙的广告-寻找星球 视频 5: 肯德基母亲节全新广告 视频 6: Japanese TV Commercials
---------------------------	------	---	---

教学步骤

Section 1:

教学步骤		教学内容	教学目标
课前	线上微课自学	微课 1: 12 Advertising Techniques 教师通过教学平台将微课推送到学生微信, 学生课前自主探究学习, 了解广告的 12 个技巧。 小组任务: 自选一件商品, 运用广告技巧为其拍摄广告。	自主学习能力
课中	1.1 导入 (5min)	P68: Preview (Warm-up questions): 1. Where do you see adverts? 2. What products do the adverts publicize? 3. Who do these adverts aim at? 通过日常生活场景提问带入本单元主题--广告。	口语交际能力
	1.2 广告的定义及其主要形式 (5min)	通过术语、概念等理论知识的学习, 积累相关语言素材, 形成对本话题的初步认识。 Definition: Advertising is a means of communication between an organization and its target customer using space and time purchased in the media (将定义设计成填空题的形式) 广告的媒体: commercial, newspaper, magazine, leaflet, banner, internet pop-ups, LED screens, friendvertising (We-chat, Weibo etc.) (板书内容)	商务理论知识
	1.3 小组讨论 (10min)	通过上述内容, 引导学生思考: P71 新媒体与传统媒体的优劣对比 comparison &. contrast 英文表达	语言运用能力 批判性思维
	1.4 ★翻转课堂 (10min)	汇报 12 个广告技巧, 解释概念并举出某个广告的例子辅以说明 Emotional appeal, Bandwagon	商务理论知识 语言运用能力

		advertising, Man on street, Facts and statistics, Weasel words, Endorsements, Complementing the customers, Ideal family and ideal kids, Patriotism, Bribery, Surrogate advertising, Association	
	1.5★小组任务 --广告策划 (10min)	为三件商品策划广告语与广告创意 解释设计理念, 作品中用到的广告技巧	商务实践能力 合作学习
	1.6 总结与评价 (5min)	回顾本课内容; 学生自我评价, 完成一份关于本节课学习情况的自查表; 教师收集学生的反馈以调整教学内容与形式	教学评价
课后	线下作业	预习课文 The harder hard sell	自主学习能力

Section 2:

教学步骤		教学内容	设计原因
课前	课文预习	预习课文 The harder hard sell, 完成课后练习。	培养自主学习能力
课中	2.1 ★ 整体略读 (10 分钟)	1) 文章结构分析 (思维导图) 2) 段落主旨句查找 (跳读) 3) 段落支撑点分析 (扫读)	提高英语阅读能力
	2.2 ★ 细读 (10min)	1) Detailed reading: 判断题 2) Language focus: 讲解语言点, 设置配套的翻译、选择或近义词辨析。	夯实英语基础知识
	2.3 课文拓展 (5min)	观看视频: 电影把汽车送上了神坛, 堪称最佳植入式广告! 思考: 什么是植入式广告? 其特点?	商务理论知识
	2.4 小组讨论 (10min)	广告的发展趋势	创新思维
	2.5 随堂测验 (5min)	一键发送教学平台融入 PPT 的习题, 限时完成	巩固知识
	2.6 总结及评价 (5min)	1) 回顾本课内容; 2) 学生自我评价, 完成一份关于本节课学习情况的自查表; 教师收集学生的反馈以调整教学内容与形式	教学评价
课后	线下作业	预习课文 The harder hard sell	自主学习能力

Section 3:

教学步骤	教学内容	教学目标
------	------	------

课前	线上讨论	1)Compare the commercial of Chinese Spring Gala with the American Super Bowl (products, cost, time etc.) 2)Discuss whether the commercial is cost-effective or not?	自主学习能力
课中	4.1 课堂展示 (5min)	对比中国春晚和美国超级碗 (Super Bowl) 的商业广告 思考: 广告的价值	语言运用能力
	4.2 ★ 听力练习 课本 P74 (15min)	1)Brainstorming: 如何获取商品及广告的数据信息, 此问题的提出可以把听力的重点与本单元的广告主题结合起来, 自然导入本课。 2) Skills -building: 听取录音, 并读写出英文数字, 使学生注意英文数字的书写方式及规律, 为后续听力练习扫除障碍。 3)Listening practice: 先听两遍录音, 并完成课本配套练习题, 然后听第三遍录音, 完成柱状图练习, 提升学生的听力能力及整合信息的能力。	训练英语听力中获得细节信息能力
	4.3 ★ 创意广告案例 (10min)	1)视频观看: Apple's Advertising Secrets; TED 演讲-How Amazon, Apple, Facebook and Google manipulate our emotions 2)分析国内外广告创意要点及禁忌, 根据要点寻找广告的亮点 (教学平台实时弹幕)	商务理论知识
	4.4 广告设计 (10min)	小组任务: 设计一则香烟广告并投放在美国有线电视, 班级展示汇报	商务实践能力
	4.5 总结及评价 (5min)	1)回顾本课内容; 2)学生自我评价, 完成一份关于本节课学习情况的自查表; 教师收集学生的反馈以调整教学内容与形式	教学评价
课后	线上微课自学	微课 2: Something about Faxes 教师通过教学平台将微课推送到学生微信, 学生课前自主探究学习, 了解商业传真。	自主学习能力

Section 4:

	教学步骤	教学内容	教学目标
课前	线上微课自学	微课 2: Something about Faxes 教师通过教学平台将微课推送到学生微信， 学生课前自主探究学习，了解商业传真。	自主学习能力
课中	4.1 ★ 商务传真 (10min)	传真写作，包括标准格式及语言风格	英语写作能力
	4.2 叙事 P75 (5min)	Storytelling	商务职场能力
	4.3 视频观看及讨论 (15min)	1)观看华为在西班牙的广告、肯德基母亲节全新广告、日本电视节目广告等视频 2)讨论不同文化背景下的叙事风格	跨文化交际
	4.4 ★ 叙事风格 (10min)	讲授: P76: Topic-centered &.Topic-associating	商务实践能力
	4.5 总结及评价 (5min)	1)回顾本课内容; 2)学生自我评价,完成一份关于本节课学习情况的自查表	教学评价
课后	教学反思	1)学生从学习态度、学习方法、学习强度、学习效果等方面反思,撰写反思记录; 2)教师收集学生的反馈以调整教学内容与形式	教学效果

4、单元教学评价

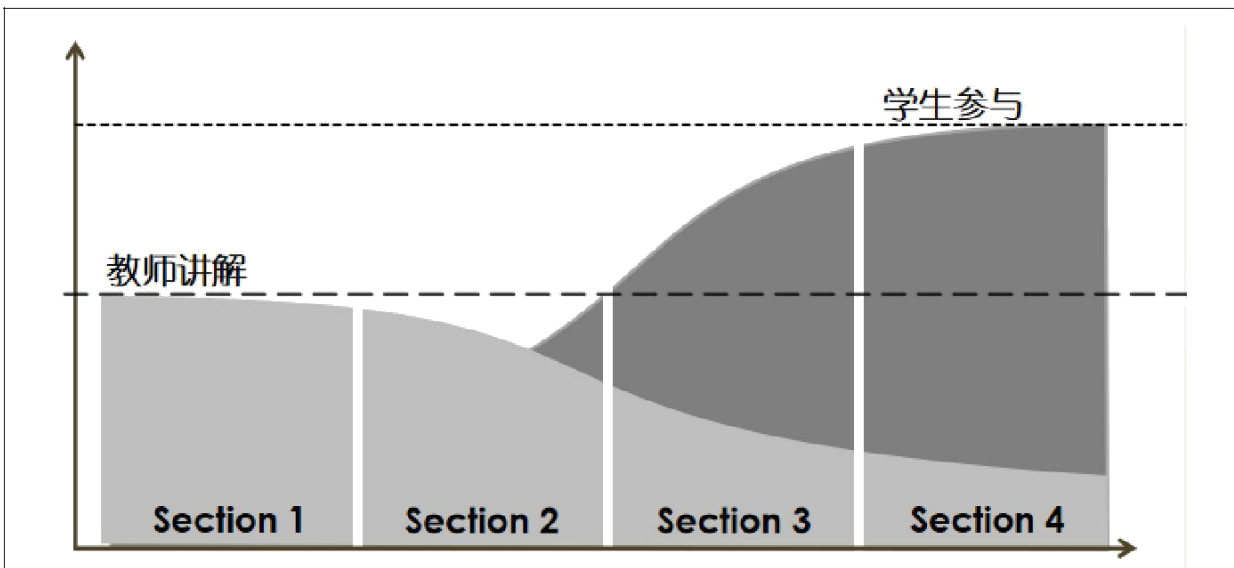
注重过程性考核评价、评价内容全面性、评价主体多元化、评价方式多样化,借助网络互动平台进行线上学习效果评价。根据教学平台提供的课前-课堂-课后全周期教学数据分析,调整下一步教学内容与形式。

综合评价=自评+互评+教师评价。

- 1) 自评 (20%): 第四学时学习情况自查表 20 分;
- 2) 互评 (20%): 班级成员线上讨论作业互评 10 分、组内成员课上讨论互评 10 分;
- 3) 教师评价 (60%): 学生出勤 10 分、课堂表现 20 分、线上测验 10 分、线上自学进度 20 分。

五、教学设计特色

1. 教学理念体现成效导向: 采用“语言技能与商务知识相结合、商务学习与商务实践相结合”的设计理念。注重语言学习和商务英语知识学习的理想结合,培养学习者在典型商务情境中完成商务活动和职场沟通的能力。学生参与度呈逐步上升趋势,体现了以学生为中心的教学理念。



2. 教学内容满足金课标准：立足于教材，将知识学实、学准；引导学生拓展课本知识，将课内知识与拓展知识有机衔接。

3. 教学模式满足金课标准：结合学生特点和学科特点，设计主题探究课、阅读课、写作课、听力课、试卷讲评课等不同课型的流程和模式，形成独特的课堂风格。产出导向、任务驱动、案例分析、线上线下结合等各种教学方法的综合运用，使教学内容与形式丰富，课堂教学延伸至课外，知识量信息量大。

4. 教学评价体现成效导向：注重过程性考核评价、评价内容全面性、评价主体多元化、评价方式多样化，借助网络互动平台进行线上学习效果评价。

5. 团队内每位老师的全身心投入满足金课标准。商务英语课程要求教师同时具备扎实的语言教学基本功和丰富的商务实践经验，团队老师均以“双师型”教师为目标，长期在外贸商务企业兼职，努力提高自身业务水平和科研能力。

注：本表请以“学校名称”命名，保存为 PDF 格式，与参赛授课录像（以“学校名称”命名）同于 5 月 22 日 24:00 前上传至大赛官网 star.unipus.cn 的相应参赛组别。