

附件二：

## 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	商务英语
课程类别	<input type="checkbox"/> 大学英语基础课程 <input checked="" type="checkbox"/> 大学英语后续课程 <input type="checkbox"/> 英语专业课程 <input type="checkbox"/> 商务英语专业课程 <input type="checkbox"/> 翻译专业课程
教学对象	非英语专业大一学生
教学时长	4 课时，每课时 45 分钟，面授 2 课时，自主学习 2 课时，（比赛录制视频为面授第一课时）
教材名称	《商务英语视听说》
参赛单元	第__册 第_七_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（基于院校特色与教学对象特点，介绍本课程的人才培养定位）

**《商务英语》课程是大学英语的一门经典拓展课程。**课程旨在通过国际商务知识学习、商务案例分析和语言应用实践，帮助学生理解和掌握国际商务基本知识和沟通技能，提高学习者的英语语言能力、跨文化交际能力和国际文化理解力。课程的教学设计突出其专业性、互动性和实用性。《商务英语》课程的定位与规划[ ]的办学宗旨和专业特色有关。近年来，[ ]依托校友马云，积极打造创新创业“[ ]”品牌。**学校以跨境电子商务新专业为重点，推进与阿里巴巴集团合作办学改革试点，帮助创业学子全面提升创新创业意识，开拓创新创业视野，提高创新创业能力。**商务人才的培养中企业全程参与、创新创业教育全程贯通、与产业发展紧密结合的人才培养“阿里巴巴模式”，努力开辟出一条创新创业型互联网商务人才培养的新路子。

《商务英语》课程的学习者来自大学一年级非英语专业的学生，他们已经完成大学英语“基础听说”和“基础读写”两门课程，英语词汇量和阅读能力基础功扎实，思维活跃，自学能力强。受到学校商务专业发展和创新氛围的影响，**他们对商务英语学习有很强的求知欲，但苦于缺乏社会经验，亟需掌握必要的商务英语技能，**为今后的社会实践和实践提供宝贵的知识积累和技能铺垫。

通过本课程的学习，学习能对商务英语的基本知识有系统的了解，有助提高他们今后在工作、学习和国际交流过程中的综合能力，为学生今后创业参加商业活动培养自信。课程许多章节内的知识架构，有助培养学生的逻辑思维和创新思维。通过案例教学，使学生认识到逻辑思维、逆向思维、跳跃思维在商务英语学习中的运用，训练学生的创新思维，将所学知识运用到具体问题的解决过程中，培养自主分析解决问题的能力。

从长远来看，《商务英语》课程建设与学校未来的发展重点和优势专业建设较为契合。学校每年近 300 名大学生参与创业，带动 700 余名大学生实习与就业，在校生自主创业参与率达 8%。[ ]近年来改革专业设置与人才培养模式，实施应用型人才提升计划，整合资源，建立创新创业协同育人机制。加强校内外实训实践基地建设，创建创业孵化园，鼓励学生创新创业，提升师生创新精神和实践能力。《商务英语》课

程将努力为培养这些人才提供知识助力和智慧支持。

## 2、教学目标（介绍课程时长、总体目标以及预期达到的成效）

《商务英语》课程共 32 课时，每课时 45 分钟。在大学英语基础听说读写的基础上，巩固、扩大学生的语法、词汇等语言知识。通过本课程的学习，学习者将了解经贸英语知识，并提高听、说、读、写、译方面的基本能力；掌握商务英语中的会话内容、基本词汇、专业术语、基本句型以及商务英语沟通技巧。课程有助培养学生在**具体的商务工作环境中运用英语的实际能力，包括能够用英语建立及保持商务联系、提供及获取商务信息，使用英语处理日常商务工作等**。《商务英语》课程重点培养学生在国际商务环境下的人际交流与沟通能力，侧重培养学生的听说能力及在各种商务活动及日常业务中英语语言的的实际应用能力。这门课程还具有延伸性，与其他的商务英语专业课程（如商务写作、外贸函电、外贸进出口实务等）的教学互相渗透，互相促进，互相支撑。

## 3、教学内容（介绍课程主要内容，以及线下与线上采用的教学资源）

《商务英语》课程授课共 16 周，由理论面授和自主学习实践两部分组成，具体单元安排如下表所示。

周次	课程内容	理论面授	自主学习实践
1	Unit 1 Job Interviews	2	2
2	Unit 4 At a Meeting	2	2
3	Unit 6 Company Presentations	2	2
4	Unit 7 Product Presentations	2	2
5	Unit 9 Trades Fairs	2	2
6	Unit 10 Making Inquiries	2	2
7	Unit 11 Placing an Order	2	2
8	Unit 12 Terms of Payment	2	2

### 线下教学资源：

1. 《商务英语视听说》马海龙，外语教学与研究出版社，2009 年。
2. 《高级商务英语阅读》谢文怡，外语教学与研究出版社，2014 年。
3. 《倾听天下：国际商务英语听力（专业版）》雷博肖（德）斯洛特斯（德）著，樊晓菲、游履译，外语教育与研究出版社，2010 年。

### 线上教学资源

1. U 校园课程平台（教学平台及地方化资源展示）
2. Utalk 实训平台（教学平台及地方化资源展示）
3. BBC learning English: English at Work

### 参考资料：

1. 《国际贸易实务》（第六版）黎孝先、石玉川，对外经贸大学出版社，2016 年。

2. 《新编剑桥商务英语》中级（第三版修订版），（英）休斯 JOHN HUGHES，经济科学出版社，2018年。
3. 《综合商务英语教程》王立非，上海外语教育出版社，2008。
4. <http://www.businessknowhow.com/>
5. <http://www.youmars.com>

#### 4、教学组织（介绍课程主要教学理念、教学方法与教学手段）

本课程教学内容丰富，系统讲授商务案例及外贸流程，包含模拟商务谈判，课堂讨论，案例分析，实战演练，外贸函电写作，课后阅读与练习等多项教学手段实现教学目标。教学方法及理念主要包含以下五个方面。

##### （1）线上线下混合式教学法

《商务英语》课程主要采用U校园及Utalk两大平台展开混合教学。这是本课程授课的一大亮点。U校园是外研在线开发的智慧教学平台。该平台应用数据科学和机器学习技术，建立学习模型，持续不断分析教学活动和内容数据，提供高效率的教学管理、立体化的教学资源、互动式的教学环境、多维度的评价支撑,为高等院校外语教学提供教、学、评、测、研一站式混合教学解决方案。

《商务英语》课程借助U校园特色，通过设置线上必修内容与学习模式，能够有效翻转课堂，创建混合教学模式。本课程教学团队首先在教学平台上发布教学的音视频及阅读的文本材料。每周课前在平台上布置在线预习和练习任务。在课堂上讲解商务英语问题的答题错误，并随时更新试题，了解学生的实时学习情况。课后，教师在教学平台上继续布置与本节有关的学习任务和思考题。通过不同教学阶段的定位和数据跟踪，可以有效指导学生自主学习路径，精准进行线下教学，充分发挥混合式教学优势。

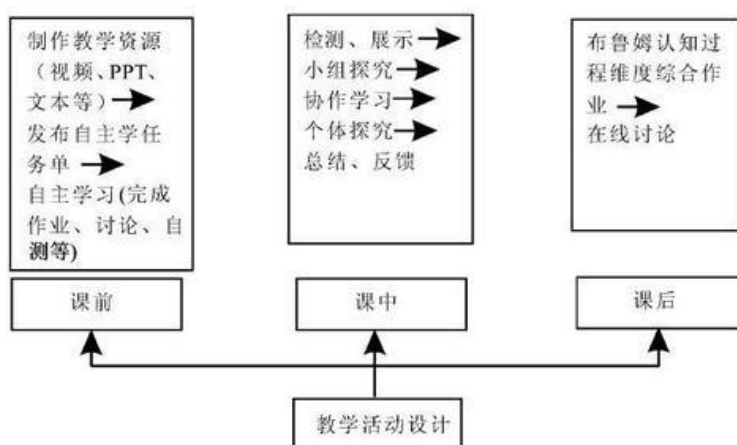


图1 教学活动设计

##### （2）产出导向法

《商务英语》课程力求贯彻“产出/输出导向”（Output driven）的教学理念。根据文秋芳老师（2008；2014）对于这一教学理念的阐释，产生比输入对学生的促进作业更强，

亟需在大学英语课程中得以实施。教师首先呈现与本单元内容相关的交际场景；先引导学生尝试进行语言输出，由于内容的难度，学生无法马上完成任务，这无形中就为学生制造了一种“饥饿状态”，学生们能够认识到自身语言能力的不足，从而增强学习的紧迫感。之后教师循序渐进的提出解决方法和教学重点，通过学习文本材料和观看音视频，学习者获得新的学习材料，有效刺激他们的完成意愿。再通过老师的具体帮助，给予学习者反馈，最终有效帮助学习者完成输出任务，并感到一种成就感和满足感。

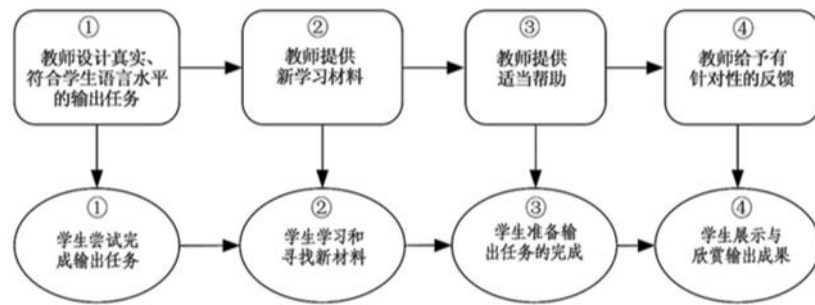


图2 产出导向法（输出驱动法）的实施过程（文秋芳，2013）

### （3）基于任务的教学法（Task-based Approach）

西方学者 Rod Ellis 等较早提出任务教学法是外语教学中较为有效的教学方法（2003；2005）。《商务英语》课程根据课程特色和学习者需求，设计了大量符合学生认知特点和学习兴趣的教学活动。

我们根据以下任务教学的基本思路和三步走的方案，对任务前、任务中和任务后分别进行了具体的实施。例如，根据具体商务谈判策略，安排学生进行谈判的实战演练；根据商品介绍内容，安排主题式的小组演讲，小组配合完成讲演稿的撰写，采取互助式演讲练习的方式，最终在全班同学面前演讲，相互点评并收获同学反馈。为了完成各项教学任务，学习者需要熟读文献，熟悉商务英语规范用语，掌握一些术语的规范使用和翻译，掌握相关商贸业务的知识，根据老师给出的主题，撰写商务英语报告。任务式教学为锻炼学生的实际应用策略和能力提供了重要的锻炼机会。

Phase	Examples of options
A. Pre-task	* Framing the activity (e. g. establishing the outcome of the task) * Planning time * Doing a similar task
B. During task	* Time pressure
C. Post-task	* Number of participants * Learner report * Consciousness-raising * Repeat task

图3 任务教学法的基本实施过程（Rod Ellis 2005）

### （4）情境教学法

本课程提供了大量的商务背景和商务情景，通过情境教学法教学，培养学生在各种商

务环境下熟练运用英语知识与技巧的能力，包括：能够听懂国际商务会话或陈述，能够掌握商务英语情境的要点和相关细节，领会说话人的态度、感情和真实意图。

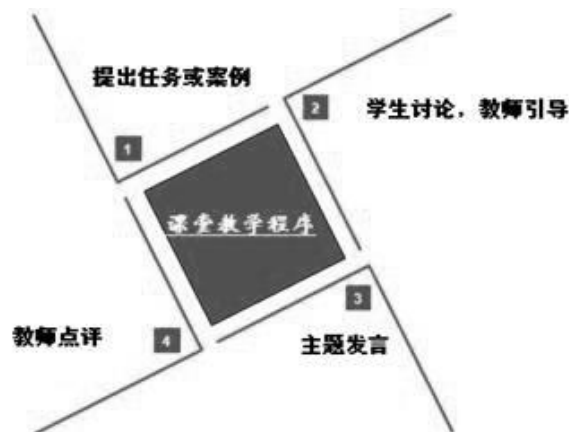


图 4 情境教学法的基本实施

### (5) 合作学习法

《商务英语》课程旨在打造“从教师为中心”向“以学生为中心”的教学理念的改变。课程强调以学生为中心，课堂上充分发挥学生的主动性，要求学生勇于开口，创设情境对话。课程的许多教学设计和安排都是基于小组活动，最大化的提高学生相互交流和合作的能力，这是 21 世纪不可缺少的重要能力。通过分组练习,强化训练,通过合理分工进行角色表演，注重模仿操练和模拟训练等任务引领的教学来拓展学生的听说能力，活化课堂，提高学习效率。合作学习法不仅适用于课堂教学，也适合于课下教学，学习者可以在课下组织学习小组，继续开展深度交流和合作。

## 5、教学评价（介绍课程的总体评价方式）

《商务英语》的考核方式采用闭卷考试和口试的形式来进行，采用平时考核与期终考核相结合，平时考核占课程总评分 40%；期末笔试占课程总评分 40%；期末口试占课程总评分 20%。以下是各类考核的具体考察内容。

课程的平时考核包括考勤、课堂表现、学习态度及课后作业（基于学习者在 Utalk 实训平台及 U 校园自主学习的学习表现和成绩）。课程的期末考核来自对于课程综合内容的书面闭卷考试，包括书面和口试两种形式的考试。以下是平时和期末考试各占的比重及考察内容。

成绩构成	占总成绩的比例
出勤情况 10% 课后作业完成质量 10% 课堂表现+学习态度 10% 课外阅读测试+听力测试 10%	40%
期末笔试成绩	40%
期末口试成绩	20%
合计	100%

#### 四、单元设计方案

##### 1、单元教学目标（说明参赛单元的具体教学目标）

我们选取《商务英语》第七单元《商务英语：产品展示》为这次参赛的教学内容。本单元的教学目标是：**通过掌握“产品展示”主题相关的重点交际功能语言，指导学习者掌握产品介绍的基本步骤，使用英语描述产品的基本特征并能做简单的产品介绍。**在表达技巧上我们更加注重非语言技巧（面部表情，语音语调，手势体态等），最终目标是在展示产品过程中树立良好积极的自我形象和公司形象，为创建客户群打下基础，培养基本的团队合作意识、商务礼仪知识、较强的英语沟通能力、商务运作和国际文化理解能力和良好的应变能力。

##### 2、单元教学内容（说明本单元主要内容、课时分配、设计理念与思路）

	教学内容、设计理念与思路	课时分配
课前预习	商务听说作业，视频预习。拓展语言基础知识，培养良好的听力习惯和增强英语听说的自信心。	学生自定
商务英语听说	温故知新，作业点评。新旧知识的衔接；注重培养并增强学生归纳、总结知识点的能力。	1
	课程导入，小组讨论。采用“产出导向”和“基于任务”的教学思路。展开小组讨论：讨论消费者对产品的哪些方面更加关注，通过小组讨论等教学方式，引出“产品展示”时常用的语言功能句并加以操练。	
	互助式学习表达方法。教师组织头脑风暴活动，实现师生互动、生生互动，培养合作意识。	
	归纳总结表达结构，词汇和句型。由浅入深，循序渐进，水到渠成，在教师的辅助下，以学生作为主体完成整个分析过程，提升分析能力。	
	课本内容讲解。情境教学法，结合具体场景，听懂商务语境下的英语交谈和讲话，领会说话人的态度、感情和真实意图，具有日常的英语交际能力。	
	小组合作，完成“产品展示”。基于任务的教学法。根据实训案例，模拟产品介绍的商务场景，让学生以5人一组的形势，共同完成一个“产品（手机）展示”；投票产生最成功作品。	
商务英语读写	通过讨论“利用文化认同来推销产品”。启发学生辩证思考，在教师引导性、启发性提问，并有学生主动思考、积极回答的配合，促成学生批判式思维方式的培养	1
	分析乔布斯苹果一代发布会的文本资料。为促进“产出导向法”提供学习材料。通过分析发布会内容文本让学生积极主动探索产品发布的完整过程，培养学生的归纳总结能力。	

	<p>讨论演讲者的演讲技巧对产品演示起到的影响。本单元教学中安排学生课后利用互联网查阅并学习乔布斯演讲技巧，学生只有通过对文献进行拓展阅读，才能完成对本单元安排的作业。</p> <p>利用思维导图梳理“产品展示”文案，总结写作注意事项。梳理本节课程的知识脉络，强调重点，使学生从整体上加深对“产品展示”的框架，以及其他重、难点的理解和把握。</p>	
自主学习	<p>视频分享，学习多模态语言表达差别。结合实例，加深学生对已学知识的理解，使学生感性认识和理性认识同步提高。</p>	2
实践课堂	<p>小组合作，完成“产品展示”。合作式学习，通过小组合作训练学生的创新思维，将前面所学知识运用到具体问题的解决过程中；培养学生凝练知识点，善于总结归纳，最终实现自学能力的提升。</p>	
	<p>小组展示和欣赏合作成果，评选出获胜队伍。针对具体任务构建了由整体印象、语言、内容、结构、表达等维度组成的自评与互评标准，提高学生自主学习能力。</p>	

**3、单元教学组织**（说明本单元每一节课的教学流程，包括具体步骤与活动等；说明课前、课中与课后如何安排，使用哪些教学资源等）

#### 单元教学组织

教学	教学具体步骤与活动	时间分配
课前预习	U 校园学习管理平台上布置的练习，“公司展示”文案写作；观看 DELL 产品展示视频；Utalk 实训平台的自主学习听说练习。	学生 自定
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 登录 U 校园，手势签到，上课要有仪式感。</li> <li>● 提醒学生认真阅读老师的作业评语。</li> <li>● 播放第三单元 company presentation 的总结性微课视频，帮学生快速梳理上单元所学内容。</li> <li>● 总结和反馈上个单元的学习情况，投屏展示 U 校园学习管理平台上布置的练习完成情况和 Utalk 实训平台自主学习的情况，老师进行点评和鼓励。</li> <li>● 温故知新：通过公司 logo，学生快速反应最相关的一个单词，比如看到华为想到手机，宝洁想到沐浴乳等等，引出公司的产品和公司的关系。产品展示与公司展示密切相连。</li> </ul>	45 mins
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 任务型教学模式，利用图片直观展示不同类型的手机，以此引出话题，本次教学的任务是以小组为单位，选择一种手机来进行“产品展示”表演。</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 播放“乔布斯·苹果一代发布会”视频，向学生们展示经典的产品展示的魅力。</li> </ul>	



商务 英语 听说	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 通过展示我们的手机来学习如何进行“产品展示”。</li> <li>● 通过问答的形式，提问学生如何对自己的手机进行描述，获得学生的答案，通过重复型反馈语和更正性反馈语点评学生表达中出现的<b>问题并更正，获取常用句型和词汇</b>。</li> <li>● 同时通过问答，使学生明确产品展示要首先考虑消费者的心理，展示必须有侧重点，重心在“供给侧”，为下面的自助餐式的选择做一个铺垫。</li> </ul>									
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 小组活动：Work in pairs. Describe your cellphone to your partner. Try to prove that yours is better than your partner's.</li> <li>● 学生和老师共同点评句子结构（例如：比较级等）；逻辑关联词的使用。老师在黑板上对学生产生的语言进行分类：老师点出描述过程中语言和非语言技巧的运用。</li> </ul>									
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Viewing and Listening tasks</li> <li>● 基于课本内容的练习，选择题，填空题，口语互动。</li> <li>● 互动问题：What do you think is the selling point of Fora 1300? Why?</li> <li>● 利用原有板书，补充学习“产品展示”的结构，并要求学生以思维导图的形式，归纳总结产品展示的语言表达结构，找出视频中相应部分，同时强调非语言技巧。</li> </ul>									
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● “自助餐式”产品展示，如下图： 给每个小组一张纸，上面是空白的表格（餐盘）</li> </ul> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 25%;">Introduction</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Positioning</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Product Description</td> <td>           1.            2.            3.            4. use your imagination (the selling point)         </td> </tr> <tr> <td>Closing</td> <td></td> </tr> </table>	Introduction		Positioning		Product Description	1. 2. 3. 4. use your imagination (the selling point)	Closing		
	Introduction									
Positioning										
Product Description	1. 2. 3. 4. use your imagination (the selling point)									
Closing										
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 教师屏幕显示词汇和句型（菜），学生选取特色词汇和结构进行搭配。</li> <li>● 小组展示。</li> <li>● 老师和同学点评和投票。</li> </ul>										
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 观看华为全面屏手机产品展示视频，分析产品发布会的内容结构，强调非语言技巧（面部表情，语音语调，手势体态等）对演讲者的重要性</li> </ul>										
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 教学目标和难点：<b>通过讨论“利用文化认同来推销产品”——不仅是推销产品,更是推广文化认同——取得顾客的价值认同是营销服</b></li> </ul>	45 mins									

<p>商务英语读写</p>	<p>务成功的关键，同时理解“产品展示”要达到的目标，帮助学生树立正确的世界观和价值观，培养大格局与大胸怀之国才。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 乔布斯苹果一代发布会的文本资料分析，演讲者在语言运用上，从词汇选择上，语言精练度上，从结构上（排比，押韵），从逻辑表达方式上，解释并分析乔布斯演讲技巧，他如何通过选词和结构来表达情感或者引人入胜，同时拓展学生的阅读能力。通过分析过程让学生积极主动探索产品发布的完整过程，<b>演讲者的演讲技巧对产品演示起到的影响，培养学生的归纳总结能力，再次利用思维导图梳理“产品展示”文案</b>，总结写作注意事项，梳理本节课程的知识脉络，强调重点，使学生从整体上加深对“产品展示”的框架，以及其他重、难点的理解和把握。</li> <li>● Product Presentation 的框架和内容安排是最基础的，要想把它作为展示自我和公司形象，文案是一定要反复推敲和打磨。</li> <li>● 让学生就听说课上所做的产品展示，撰写一份新的文案，要求表意清楚，用词比较准确，无重大语法错误，训练商务英语写作的基本技能，在加强和提高英语专业基础知识和基本技能的同时培养实际运用语言的能力和合作的能力，提高商务英语书面表达能力，培养学生掌握商务英语写作的基础知识，了解商务英语“产品展示”文案的基本格式和写作技能。</li> </ul>	
<p>自主学习课堂</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 集体观看视频，包括各种不同形式的“产品展示”，例如：产品发布会，实体店柜台销售，电视销售，电话推销，淘宝线上直销。小组讨论，每一种“产品展示”方式的多模态语言表达差别。</li> <li>● 创设情境，帮助学生了解“产品展示”的实际应用方式： <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 产品发布会上，演讲者会使用大量数据、图片、模型说明产品性能，学术性极强，并配合情绪和肢体语言的使用，使听众相信拥有产品会对生活产生积极的影响，例如舒适度，效率，品位等。</li> <li>■ 实体店柜台销售是推销口语表达更加生活化，随时根据消费者心理，更改产品介绍的顺序，灵活性更强。</li> <li>■ 电视销售强调购买性价比，即产品性能一样的情况下，同行比价我最划算。</li> <li>■ 电话推销先要通过语言使对方对自己产生信任感，引起消费者对自己产品的兴趣。</li> <li>■ 淘宝线上直销是通过细致的产品展示伴随详细且有说服力的演讲，让消费者相信这个产品非常适合自己，常伴随饥饿营销方式。</li> </ul> </li> <li>● 五分钟小组讨论，选择场景，自拟产品，准备“产品展示”。</li> <li>● 确定组内成员分工，做时间表，分配任务，并完成，教师提供必要</li> </ul>	<p>90 mins</p>

	帮助。	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 分小组展示：教师点评，反馈；教师发布由整体印象、语言、内容、结构、表达等维度组成的自评与互评标准，通过评分标准，学生总结归纳展示中存在的问题，提高学生自主学习能力，学生在每小组展示结束后投票；利用 U 校园数据分析，评选出获胜队伍。</li> </ul>	
课后作业和自学指导	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 利用 U 校园布置本单元的作业，及下一单元的 <b>trade fairs</b> 自主预习作业，理解、消化和巩固所学知识，培养分析问题、解决问题及提高能力，在做练习之前，应认真阅读教材，掌握教材内容，在练习过程中对所学知识进行合理的回顾与发挥，注重理论联系实际和具体问题具体分析，解题时应注意培养逻辑性。</li> </ul>	学生自定

#### 4、单元教学评价（说明本单元的评价理念与评价方式）

本单元的课程评价主要由**形成性评价和总结性评价**构成：

（1）本单元的形成性评价包含：

课后作业的线上评价，利用 U 校园对课后练习作业的效果进行点评。

课上练习结果的及时反馈，利用 U 校园进行线上答题，快速反馈成绩。

教师随堂对课上小组练习的“产品展示”成果进行点评，主要侧重内容性反馈。

针对具体任务构建了由整体印象、语言、内容、结构、表达等维度组成的自评与互评标准，学生间进行互评。

（2）本单元的终结性评价主要是单元测试题。

通过对单元要点的检测，检测学生是否掌握了对“产品介绍”的表达重点和逻辑思路。

### 五、教学设计特色

（说明教学设计方案在体现成效导向、满足金课标准等方面的创新特色）

根据教育部对于本科“金课”的要求，**金课应具备高阶性、挑战性和创新性三大特征。本单元教学设计的与金课三大特征内在吻合，具体体现在：**

#### 1. 高阶性

本单元《商务英语：产品展示》跟踪商务领域的热门事件，教学内容与时俱进。课程关注社会形势，对进出口贸易等问题有所涉及，具有一定的难度另外，商品的“产品展示”能力的培养也对接当代人的认知和审美体验，是未来社会所必需的一项商务技能。本单元从知识学习和思维认知教学上具有一定的高阶性。

#### 2. 挑战性

《商务英语：产品展示》启发学生辩证思考，培养综合思维和批判性思维能力。当前中美贸易战一触即发，如何通过商品买卖来看待国家间的利益关系，通过讨论“利

用文化认同来推销产品”——不仅是推销产品,更是推广文化认同——取得顾客的价值认同是营销服务成功的关键,同时理解“产品展示”要达到的目标,帮助学生树立正确的世界观和价值观,培养大格局与大胸怀之国才。

### 3. 创新性

本课程教学方法具有创新性,采用教育信息化的技术优势,丰富和辅助课堂教学。本课程教学突破了传统《商务英语》课程基于课本的教师满堂灌,学生听不懂的情况,努力结合教育技术的优势来辅助课程教学。例如,基于U校园等平台开展混合式教学,采用数据抓取功能分析学情动态等,将创建积极、立体、生动的《商务英语》教学范式。

### 4. 时代性

本课程的教学体现了与时俱进的时代性。一方面,课程积极实施自主学习实践课堂教学,提升学生的综合学习素养。自主学习实践课堂采用以学生为中心、教师为主导的自主学习模式,教师会设计基于任务型学习、情境式学习、小组互助式学习、游戏化学习以及角色扮演式学习等任务。另一方面,教师的角色发生了变化,教师不再是语言知识的传授者这一单一角色,而且是语言交际的营造者,学生学习的促进者、指导者和评价者,以及学生学习潜能的挖掘者。

因此,《商务英语:产品展示》各方面体现了本科金课的各项要求,具有高阶性、创新性、挑战性和时代性。

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。