

《综合商务英语 IV》课程

教学标准

课内学时数： 72 学时

适用的专业范围及层次： 全日制高职商务英语专业

课程学分： 4 学分

考核方式： 考试

编制人： 魏丹燕

说明

一、教学目的和要求

1) 教学目标

- 1) 掌握商务英语核心词汇与表达，提升商务场合的语言运用能力。
- 2) 熟悉国际贸易全流程，能够独立完成询盘、报价、签约等业务操作。
- 3) 掌握市场调研方法，具备问卷设计与数据分析的基本能力。
- 4) 理解采购与供应链管理原理，能够规范撰写采购订单。
- 5) 掌握广告策划步骤，能够设计并执行简单的广告宣传活动。
- 6) 培养跨文化沟通能力，能够与不同文化背景的商务人士有效交流。
- 7) 具备商务写作能力，能够撰写市场调研报告、广告策划书等专业文书。
- 8) 培养团队协作精神，能够在商务项目中与他人合作完成任务。
- 9) 提升问题解决能力，面对复杂商务情境能够提出有效解决方案。
- 10) 了解现代商务新技术新工具，适应数字化商务环境。

具体要求

- 1) 熟练运用商务英语词汇和表达，在商务场合准确流利地进行交流。
- 2) 掌握市场调研的基本方法和技巧，能够设计问卷并分析调查结果。
- 3) 理解采购流程和供应链管理的基本原理，能够撰写规范的采购订单。
- 4) 学会广告策划的基本步骤，能够设计简单的广告宣传活动。
- 5) 熟悉国际贸易流程各环节，包括询盘、报价、签订合同等。
- 6) 提高解决问题的能力，面对复杂的商务情境能够提出有效的解决方案。

- 7) 发展批判性思维，通过案例分析和讨论培养对商务问题的深入理解。
- 8) 积累实践经验，通过角色扮演、案例研究等活动获得实际操作经验。

2. 课程思政育人目标

1) 厚植家国情怀，引导学生认识到商务英语能力是服务国家"一带一路"倡议的重要工具，增强用专业能力报效祖国的责任意识。

2) 强化诚信意识，在国际贸易流程学习中融入契约精神教育，培养诚实守信的商业道德，维护中国企业的国际信誉。

3) 树立正确义利观，通过采购与供应链管理案例，引导学生理解互利共赢的合作理念，在国际商务活动中践行正确的价值取向。

4) 增强文化自信，提升学生对中国文化的理解和认同，使其能够在国际商务场合自信地介绍中国企业文化与产品特色。

5) 培养全球思维，帮助学生理解全球化背景下的经济格局，关注人类命运共同体构建，树立负责任的大国公民意识。

6) 提升跨文化胜任力，在培养跨文化沟通能力的同时，促进文明互鉴，展现开放包容的大国心态。

7) 塑造专业精神，通过商务写作规范训练，培养学生严谨细致、追求卓越的工作态度，强化工匠精神。

8) 激发创新意识，在新技术新工具应用中，鼓励学生积极探索数字化转型背景下的商业模式创新。

9) 增强法治思维，在国际贸易流程学习中渗透国际商事规则教育，培养学生的法律素养和风险防范意识。

10) 坚守商业伦理，通过商务情境案例分析，引导学生辨识商业活动中的道德困境，树立正确的职业道德观。

具体要求

- 1) 能够在商务英语交流中主动介绍中国企业文化与产品优势，展现中国品牌形象。
- 2) 在合同谈判与签订环节严格遵守诚信原则，维护中国商人的国际信誉。
- 3) 在供应链管理中践行绿色发展理念，关注可持续采购与社会责任。
- 4) 能够用英语准确介绍中国传统节日、商务礼仪等文化元素，促进文化交流。

5) 在跨文化沟通中尊重文化差异，避免文化偏见，用国际受众易于接受的方式传播中国价值。

6) 在广告策划中有机融入中国文化符号，讲好中国故事，提升国际传播效果。

7) 商务文档撰写做到格式规范、用词精准、逻辑清晰，体现严谨细致的专业水准。

8) 主动学习商务新技术新工具，保持知识更新，培养与时俱进的学习能力和创新思维。

9) 熟悉相关国际商事规则，依法开展业务，识别潜在法律风险。

10) 面对商业道德困境时能够坚守底线，坚决抵制商业欺诈和不正当竞争行为，在广告创意中遵守法律法规，不制作、不传播虚假信息。

二、课程内容和学时分配

1) 教学进度安排

根据教学计划规定的学时数为 72 学时，具体学时分配如下表，供参考。

课程内容和学时分配表

篇章		内容	理论课时	实验课时	小计
Module 1	Unit 1	Surveying	4	4	24
	Unit 2	Sourcing	4	4	
	Unit 3	Manufacturing	4	4	
Module 2	Unit 4	Promoting	4	4	24
	Unit 5	Sales	4	4	
	Unit 6	After-sales Services	4	4	
Module 3	Unit 7	Recruitment	4	4	24
	Unit 8	Finance	4	4	
	Unit 9	Training	4	4	
合计			36	36	72

2) 思政映射与融入点

教学周次	授课要点	思政映射与融入点	授课形式与教学方法	教学预期成效
1	市场调研概述与问卷设计	正确理解市场调研的科学性与客观性；了解中国企业在全球市场调研中的成功案例，激发民族自豪感。	教师讲授，课堂互动；小组讨论。	通过市场调研方法的学习，激发学生的科学精神和实事求是态度，深入认识和理解中国企业的国际竞争力，提高学生服务国家、服务人民的社会责任感。

2	数据收集与分析方法	正确理解数据真实性的重要性；了解中国大数据产业发展成就，激发科技自信。	教师讲授，课堂互动；小组讨论。	通过数据分析的学习，培养学生的诚信品质和严谨态度，深入认识和理解数字中国建设成就，提高学生服务国家、服务人民的社会责任感。
3	供应商寻找与评估	正确理解供应链管理的全球化特征；了解中国制造业供应链优势，激发产业自信。	教师讲授，案例研讨；角色扮演。	通过供应商评估的学习，培养学生的全球视野和风险意识，深入认识和理解中国制造业的国际地位，提高学生服务国家、服务人民的社会责任感。
4	采购谈判与合同签订	正确理解诚信履约与契约精神；了解中国企业在国际采购中的信誉建设，激发诚信意识。	教师讲授，模拟谈判；情境演练。	通过采购谈判的学习，培养学生的诚信品质和法治思维，深入认识和理解中国商人的国际形象，提高学生服务国家、服务人民的社会责任感。
5	生产流程与质量控制	正确理解质量第一与工匠精神；了解中国制造向中国智造转型的成就，激发创新自信。	教师讲授，视频观摩；小组讨论。	通过生产管理的学习，培养学生的质量意识和工匠精神，深入认识和理解中国制造 2025 战略，提高学生服务国家、服务人民的社会责任感。
6	智能制造与新技术应用	正确理解技术创新与数字化转型；了解中国智能制造发展成就，激发科技报国热情。	教师讲授，技术演示；小组讨论。	通过智能制造的学习，培养学生的创新意识和数字素养，深入认识和理解科技自立自强战略，提高学生服务国家、服务人民的社会责任感。
7	广告策划基础与创意开发	正确理解广告创意与社会责任；了解中国优秀广告作品的国际影响力，激发文化创造力。	教师讲授，案例研讨；头脑风暴。	通过广告策划的学习，培养学生的创新思维和社会责任，深入认识和理解中国文化的国际传播力，提高学生服务国家、服务人民的社会责任感。
8	数字营销与新媒体应用	正确理解数字伦理与信息规范；了解中国数字经济发展成就，激发数字时代使命感。	教师讲授，案例研讨；小组讨论。	通过数字营销的学习，培养学生的数字素养和伦理意识，深入认识和理解网络强国战略，提高学生服务国家、服务人民的社会责任感。
9	销售技巧与客户关系	正确理解客户至上与服务精神；了解中国销售团队的国际服务标准，激发职业荣誉感。	教师讲授，角色扮演；情境模拟。	通过销售技巧的学习，培养学生的服务意识和沟通能力，深入认识和理解中国服务的国际口碑，提高学生服务国家、服务人民的社会责任感。
10	国际销售渠道管理	正确理解渠道合作与互利共赢；了解中国企业海外渠道建设经验，激发合作共赢意识。	教师讲授，渠道分析；小组讨论。	通过渠道管理的学习，培养学生的合作精神和战略思维，深入认识和理解互利共赢的开放战略，提高学生服务国家、服务人民的社会责任感。
11	售后服务	正确理解服务至上与	教师讲授，	通过售后服务的学习，培养学生的服

	体系构建	用户思维；了解中国售后服务标准的国际推广，激发质量自信。	体系设计；案例研讨。	务意识和系统思维，深入认识和理解中国标准的国际影响，提高学生服务国家、服务人民的社会责任感。
12	客户投诉处理与关系修复	正确理解客户权益与责任担当；了解中国企业客户服务的国际评价，激发品牌责任意识。	教师讲授，情境模拟；角色扮演。	通过投诉处理的学习，学生的应变能力和责任意识得到提升，深入认识和理解以人民为中心的发展思想，提高学生服务国家、服务人民的社会责任感。
13	人才招聘与选拔	正确理解人才强国与公平竞争；了解中国企业国际化人才战略，激发人才自信。	教师讲授，模拟招聘；简历互评。	通过招聘选拔的学习，培养学生的公平意识和识人能力，深入认识和理解人才强国战略，提高学生服务国家、服务人民的社会责任感。
14	面试技巧与评估方法	正确理解公正评价与多元包容；了解中国企业在全球人才市场的竞争力，激发组织自信。	教师讲授，模拟面试；互评互学。	通过面试技巧的学习，学生的评估能力和包容意识得到提升，深入认识和理解多元包容的企业文化，提高学生服务国家、服务人民的社会责任感。
15	员工入职与团队融入	正确理解人文关怀与组织文化；了解中国企业海外员工管理的本土化实践，激发文化融合意识。	教师讲授，文化分析；情境演练。	通过入职管理的学习，培养学生的人文素养和跨文化管理能力，深入认识和理解和谐共生的管理理念，提高学生服务国家、服务人民的社会责任感。
16	国际贸易支付与结算	正确理解金融安全与风险防控；了解人民币国际化进程成就，激发金融自信。	教师讲授，结算实操；案例分析。	通过国际支付的学习，学生的金融素养和安全意识得到提升，深入认识和理解金融强国战略，提高学生服务国家、服务人民的社会责任感。
17	培训需求分析与计划制定	正确理解人才发展与持续学习；了解中国企业培训体系建设的国际借鉴，激发学习自觉。	教师讲授，需求调研；计划设计。	通过培训需求的学习，培养学生的分析能力和学习意识，深入认识和理解终身学习的重要性，提高学生服务国家、服务人民的社会责任感。
18	培训课程设计与实施	正确理解因材施教与实效导向；了解中国企业培训创新的本土化探索，激发创新意识。	教师讲授，课程设计；模拟实施。	通过课程设计的学习，学生的设计能力和实效意识得到培养，深入认识和理解教育强国战略，提高学生服务国家、服务人民的社会责任感。

三、教学建议

教师应按照教学大纲的要求完成基本教学任务，同时可根据实际情况灵活调整教学内容和顺序和课时分配。鼓励采用多样化的教学方法，如案例分析、角色扮演、小组讨论等，以提高学生的参与度和学习效果。

四、理论教学部分

Unit 1 Surveying

主要内容：讲授市场调研的方法与流程，包括问卷设计、数据收集与分析。

重难点：掌握问卷设计的科学性，撰写规范的市场调研报告。

Unit 2 Sourcing

主要内容：讲授供应商开发与采购管理，包括供应商评估、谈判与合同签订。

重难点：掌握采购谈判技巧，拟定合规的采购合同条款。

Unit 3 Manufacturing

主要内容：讲授生产流程与质量控制，包括智能制造技术与质量管理体系。

重难点：掌握智能制造技术应用，建立持续改进的质量管理机制。

Unit 4 Promoting

主要内容：讲授广告策划与营销推广，包括跨文化广告创意与数字营销。

重难点：掌握跨文化传播策略，进行科学的广告效果评估与优化。

Unit 5 Sales

主要内容：讲授销售技巧与客户关系管理，包括销售谈判与渠道建设。

重难点：掌握国际销售谈判策略，拓展与维护海外销售渠道。

Unit 6 After-sales Services

主要内容：讲授售后服务体系与客户维护，包括投诉处理与危机管理。

重难点：掌握客户投诉处理技巧，培养客户忠诚度与实现价值共创。

Unit 7 Recruitment

主要内容：讲授人才招聘与团队建设，包括面试技巧与多元化团队管理。

重难点：掌握国际化人才选拔标准，促进跨文化团队融合。

Unit 8 Finance

主要内容：讲授国际贸易支付与财务管理，包括汇率风险与贸易融资。

重难点：掌握汇率风险管理方法，运用财务报表支持经营决策。

Unit 9 Training

主要内容：讲授员工培训与职业发展，包括培训需求分析与课程设计。

重难点：掌握培训效果评估方法，制定科学的职业生涯规划。

五、实践教学部分

Unit 1 Surveying:

设计并实施一项真实市场调研项目，完成问卷设计、数据收集与分析，撰写完整调研报告并进行成果展示。

Unit 2 Sourcing:

模拟国际采购全流程，完成供应商筛选评估、谈判磋商及采购订单拟定，开展供应链风险案例分析。

Unit 3 Manufacturing:

参观智能制造企业或观看纪录片，完成产品质量检测实操，设计具有中国文化元素的产品包装方案。

Unit 4 Promoting:

分组完成一个真实产品的广告策划案，制作跨文化广告作品并进行新媒体推广实操。

Unit 5 Sales:

开展销售情境模拟与角色扮演，完成从客户开发到合同签订的全流程销售演练。

Unit 6 After-sales Services:

模拟客户投诉处理情境，制定售后服务方案，进行产品召回危机应对演练。

Unit 7 Recruitment:

组织模拟招聘会，完成简历筛选、面试评估及新员工入职培训设计。

Unit 8 Finance:

完成国际贸易结算单据填制，进行汇率风险案例分析，编制企业财务分析报告。

Unit 9 Training:

开展培训需求调研，设计并实施微课程培训，完成培训效果评估与改进方案。

六、建议使用教材及主要参考书

1. 《新视野商务英语综合教程2（第二版）》，外语教学与研究出版社，2022年。
2. 其他相关商务英语教材及参考资料。

2026年3月15日