

《中国商务文化》课程教学大纲（2020 版）

课程基本信息 (Course Information)					
课程代码 (Course Code)	CI300	*学时 (Credit Hours)	32	*学分 (Credits)	2
*课程名称 (Course Name)	(中文) 中国商务文化 (英文) Chinese Business Culture				
课程类型 (Course Type)	限选				
授课对象 (Target Audience)	汉语言专业外国留学生				
授课语言 (Language of Instruction)	全中文				
*开课院系 (School)	人文学院				
先修课程 (Prerequisite)		后续课程 (post)			
*课程负责人 (Instructor)	潘倩菲	课程网址 (Course Webpage)			
*课程简介 (中文) (Description)	(中文 300-500 字, 含课程性质、主要教学内容、课程教学目标等) 中国商务文化课程是一门面向具有较好语言基础的高年级留学生开设的专业选修课。课程采用教师自编讲义, 以课堂教学为主, 结合多媒体形式, 通过不同的专题帮助留学生了解中国商务文化的基本知识及其历史背景, 提高留学生在商务活动中的跨文化交际能力。每个专题均包含教师讲解、视频材料和阅读材料, 同时要求学生完成相应的任务。穿插安排的团队作业旨在训练学生运用汉语收集信息、表达观点及团队沟通协作等方面的能力				
*课程简介 (英文) (Description)	(英文 300-500 字) This optional course is designed for upper-level undergraduates. Handouts written by the teachers are used for all the lectures. Videos and extensive reading materials are also used as teaching aids. Through the introduction of Chinese business culture and history background, the course aims to help students achieve cross-cultural communicative competence and interact appropriately in business. Students also learn to use Chinese effectively in collecting information and cooperating through team project.				

课程目标与内容 (Course objectives and contents)								
毕业要求指标点与课程目标的对应关系 (根据学院要求填写)	课程目标				毕业要求指标点			
*课程目标 (Course Object)	结合本校办学定位、学生情况、专业人才培养要求, 具体描述学习本课程后应该达到的知识、能力、素质、价值水平。							
	1. 在理解中国商务文化知识的基础上, 提高自己的跨文化交际能力 (A3) 2. 了解中国商务文化的基本知识, 并能进行一定的分析与运用。(B1.2) 3. 具有较为丰富的跨学科知识 (B3) 4. 具备跨文化沟通能力(C4) 5. 具备终身学习和自主学习能力(C5) 6. 刻苦学习、不断进步(D1)							
*教学内容进度安排及对应课程目标 (Class Schedule & Requirements & Course Objectives)	章节	教学内容 (要点)	教学目标	学时	教学形式	作业及考核要求	课程思政融入点	对应课程目标
	专题一	绪论 面子消费	1)了解中国的面子文化。 2)从所给案例中, 分析总结中国人面子消费的特点及营销策略。 3)能在生活中找到面子消费的实例, 并做具体分析。	6	讲授/ 讨论/ 阅读/ 观看 视频	书面作业 1)举出生活中面子消费的实例, 并进行一定的分析 2)完成课后练习	通过学习, 在逐步了解中国商务文化知识的过程中, 加深留学生对中国文化的认识, 并产生文化上的认同感	对应课程目标 1-6
专题二	话说老字号	1)了解老字号的基本概念与认定标准。 2)根据案例分析老字号衰落的原因和对策。 3)团队分工合作, 共同完成考察任务	8	讲授/ 讨论/ 阅读/ 观看 视频 /发表 报告	团队作业 选择一家老字号企业作为研究对象, 将该企业的历史、产品特色、现状等考察结果做成 ppt, 同时提出发展策略, 并向全班报告。	通过学习, 在逐步了解中国商务文化知识的过程中, 加深留学生对中国文化的认识, 并产生文化上的认同感	对应课程目标 1-6	

	专题三	商业习俗	了解招牌幌子、起名、店铺开业、开市等方面的习俗。	8	讲授/讨论/阅读/观看视频/作业发表	书面作业 选取一家公司或品牌名，根据中国人的社会文化心理特点，分析该名字的成功之处	通过学习，在逐步了解中国商务文化知识的过程中，加深留学生对中国文化的认识，并产生文化上的认同感	对应课程目标 1-6
	专题四	民俗经济	了解民俗经济的定义和具体表现	6	讲授/讨论/阅读/观看视频	1) 以小组为单位，选择一个中国传统节日，进行营销策划 2) 完成阅读材料课后练习	通过学习，在逐步了解中国商务文化知识的过程中，加深留学生对中国文化的认识，并产生文化上的认同感	对应课程目标 1-6
	专题五	关系营销	1) 了解中国社会的“关系”及关系营销 2) 了解中国传统文化对关系营销的影响	4	讲授/讨论/阅读/观看视频	书面作业 分析中国传统文化对关系营销的影响	通过学习，在逐步了解中国商务文化知识的过程中，加深留学生对中国文化的认识，并产生文化上的认同感	对应课程目标 1-6
注 1：建议按照教学周学时编排，以便自动生成教学日历。								
注 2：相应章节的课程思政融入点根据实际情况填写。								
课程目标达成度评价 (根据学院要求填写)	课程目标						课程目标权重	课程目标达成度
	考核方式							

*考核方式 (Grading)	(1) 平时成绩 50%包括出勤、课堂表现、个人作业及团队作业的综合评定 (2) 期末报告 50%完成论文一篇								
*教材或参考资料 (Textbooks & Other Materials)	教师自编讲义								
其它 (More)									
备注 (Notes)									

备注说明：

1. 带*内容为必填项。
2. 课程简介字数为 300-500 字；课程大纲以表述清楚教学安排为宜，字数不限。