

中国商务文化课程教学大纲

课程基本信息（Course Information）					
课程代码 （Course Code）	CI300	*学时 （Credit Hours）	32	*学分 （Credits）	2.0
*课程名称 （Course Name）	中国商务文化				
	Chinese Business Culture				
课程性质 (Course Type)	专业选修课				
授课对象 （Audience）	汉语言专业外国留学生				
授课语言 (Language of Instruction)	汉语				
*开课院系 （School）	人文学院				
先修课程 （Prerequisite）					
授课教师 （Instructor）	潘倩菲 刘滢		课程网址 (Course Webpage)		
*课程简介（Description）	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（Description）	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 corss-cultural communicative competence and interact appropriately in business. Students also learn to use Chinese effectively in collecting information and cooperating through team project.				

课程教学大纲 (course syllabus)

*学习目标(Learning Outcomes)

1. 关于中国文学、文化的专题性研究，如中医药文化、唐诗宋词赏析、当代话题、中国政治与经济、旅游文化等 (A5.7)
2. 清晰思考和用语言文字准确表达的能力 (B1)
3. 至少一种外语的应用能力 (B6)
4. 终生学习的能力 (B7)
5. 跨文化交流沟通能力 (B12)
6. 具有较强的适应能力和应变能力 (C7)

*教学内容、进度安排及要求
(Class Schedule & Requirements)

教学内容	学时	教学方式	作业及要求	基本要求	考查方式
绪论 面子消费 (1)	2	讲授/讨论/阅读	1) 举出生活中面子消费的实例，并进行一定的分析 2) 课后练习	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。	书面作业
面子消费 (2)	4	讲授/讨论/阅读/观看视频			
话说老字号	4	讲授/讨论/阅读/观看视频	团队作业：选择一个老字号企业进行考察，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。	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	书面作业 实地考察 ppt报告
老字号考察报告发表	4	发表报告	老字号考察报告全班交流	ppt重点突出，内容完整，阐述自然流畅	口头汇报
商业习俗	4	讲授/讨论/阅读/观看视频	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	了解招牌幌子、起名、店铺开业、开市等方面的习俗。	书面作业

	商业习俗之 “起名”作业发表	4	发表个人作业	全班交流并进行课堂讨论	通过交流讨论，对企业名字背后的社会文化意义加深理解	口头汇报
	民俗经济	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) 阅读材料课后练习	了解民俗经济的定义和表现	小组讨论 口头汇报 书面作业
	关系营销	4	讲授/讨论/阅读/观看视频	分析中国传统文化对关系营销的影响	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	书面作业
*考核方式 (Grading)	平时 50% 包括出勤、课堂表现、平时作业及团队作业的综合评定 期末 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。