

依语言魅力 拓印度市场 耀民族产品之光

小米手机印度市场推广

教学实施报告

2023年全国职业院校技能大赛教学能力比赛

专业类别：专业课程一组（教育与体育大类）

课程名称：英语视听说III

目录

一、教学整体设计	1
(一)《专业简介》下整合内容,“成果导向”重构版块	2
(二)以数据筑基,多维调研了解学情	2
(三)育人为本强素质,社会需求定目标	3
(四)对接学情,建构教学模式	4
(五)聚焦教学变革,构建多元交互教学评价体系	5
二、教学实施过程	5
(一)整体实施流程	5
(二)实施过程	6
1.“印度市场调研”任务流程线→参与获得感逐步增强	7
2.“研促用”教学流程线→知识能力素养螺旋上升	7
3.“新时代,新学法”→助力重难点突破	7
4.渗透课程思政与职业素养→促进教育育人	9
三、实施成效	9
(一)学习成效	9
1.学以促学,英语学习兴趣提升	9
2.学以致用,三维教学目标达成	9
3.学以明志,国家感职业感增强	9
(二)特色创新	9
四、反思与改进	10
(一)教学评价针对性有待完善	10
(二)课程资源开发与利用有待健全	10

依语言魅力 拓印度市场 耀民族产品之光

小米手机印度市场推广

教学实施报告

《商务英语视听说III》是本校职业教育本科应用英语专业 2022 级课程体系的有机组成部分，是该专业学生第四年第一学期的基础必修课，共计 32 课时。该课程兼具工具性与人文性，努力将“知识、能力和素养”有机融合，培养学生学习英语和应用英语的能力，为学生职业发展、终身学习提升奠定良好的英语基础。本次教学内容《小米手机中印商务谈判》为其中一个模块，共计 16 学时。

一、教学整体设计

本模块教学依据专业人才培养方案、《专业简介》，秉承“新四中心”教育理念，基于“OBE”成果导向理论进行教学，以学生为主体，以学生的“学习产出”为导向设计教学任务，构建以“研一促一用”为教学主线的“三段十二步”教学模式，依托线上线下混合式、以任务为驱动实施教学，确定“以学习效果为中心”的评价依据，实行形成性和终结性多元多维教学评价，坚持“为用而学、学而能用”的原则，始终关注人才能力需求和学生实际能力提升，全程融入学科核心素养和课程思政教育。

本课程结合模块内容，设置模块任务：小米手机中印商务谈判。以实际任务整合重构教学内容，立足教学对象为“应用英语专业专升本层次学生”，创新教学活动，助力培养新时代高素质技术技能人才。

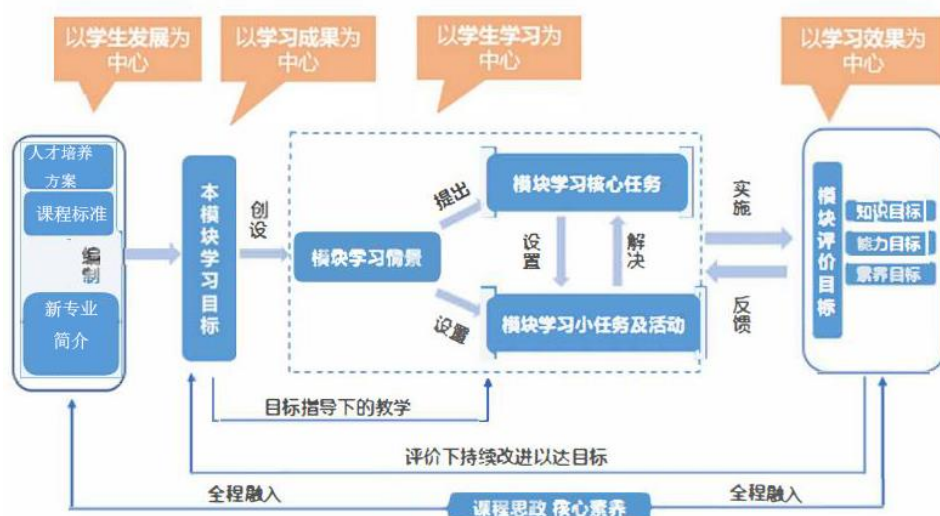


图 1 整体教学设计

(一)《专业简介》下整合内容，“成果导向”重构版块

课程选用的教材为校本教材《智学商务英语视听说 3》。该教材根据职业教育商务英语教学特点，按照普职互通、中高职衔接的理念设计，适用于应用英语专业专升本层次学生。教材主题多样、素材生动、视角新颖。然而，原有主题与内容的设置较为分散，关联度与逻辑性不够，以至于学生习得的知识和技能较为独立零散，不利于语言综合运用能力的提升。基于《专业简介》对发展学生英语学科核心素养的要求整合教学内容；依据“成果导向”理念，对接人才培养方案的需求，重构教学版块。将整合后的教学内容分为“印度市场调研”、“印度市场产品推广”和“小米手机中印商务谈判”，整合过程突出英语语言能力为未来职业发展的服务功能，帮助学生逐步由校园人过渡到准职业人，再到职业人。

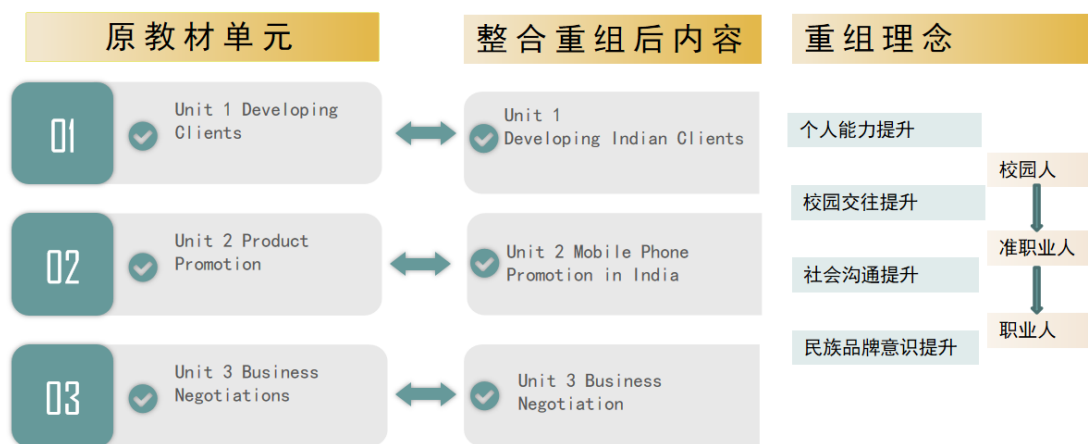


图 2 教学内容整合重组

本次教学选择第 1、第 2 和第 3 单元的“小米手机印度市场推广”。通过模块学习，让学生在成为职业人的过程中明白个人的发展与国家的发展、人类的命运是紧密相连、不可分割的。

深化学生对“人类命运共同体”的理解和对我国民族产品品牌建设成果自豪。遵循学生认知规律和专业人才需求，紧扣成果任务，重构模块内部结构。

整合教学内容后，教学更加渗透对英语学科核心素养的培养。任务驱动型教学激发学生全面思考问题、分析问题和解决问题的能力，各项任务注重培养学生用英语做事情的能力。

(二)以数据筑基，多维调研了解学情

教学实施的对象为应用英语专业大二某班级学生，共 45 人。为更全面精准地了解学生现有基础，调研从其认知基础、语言能力、学习特点和专业特性开展。借助教学平台完成学业测评、专业语言 APP 完成英语能力测评，辅以问卷调查和访谈等手段进行综合分析。调研结果和学情分析如下：

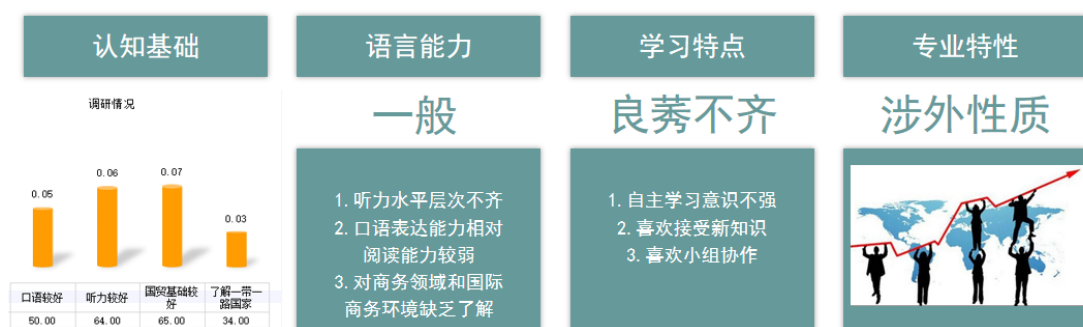


图3 学情分析

由此设想：教学可借助学生已有基础、学习特点和专业特性创设情景，巧设教学活动，攻克薄弱点，实现“学而能用”的转变。同时，教学还需关注学生学科核心素养的培养。

(三) 育人为本强素质，社会需求定目标

依据《2022 级应用英语专业人才培养方案》及《课程标准》，结合学情分析，对接教育部新《专业简介》所设定的四项学科核心素养，确立本模块的三维教学目标。

任务	教学目标	英语学科核心素养
Unit1 Developing Indian Clients	知识目标 1. 了解印度市场的商业文化和商业习惯； 2. 学习收集印度市场的客户数据和开发潜在客户。	职业涉外沟通能力
	能力目标 1. 培养学生在新市场开拓过程中的沟通能力，包括开发当地客户和合作伙伴的能力； 2. 培养学生在跨文化交流中尊重和不同文化背景的能力。	
	素养目标 1. 增强学生的跨文化沟通能力； 2. 增强学生的团队协作和解决问题的能力； 3. 增强学生的创新思维和创新意识。	多元文化交流能力
Unit 2 Mobile Phone Promotion in India	知识目标 1. 学习如何做好产品展示； 2. 掌握销售中常见的用词与表达； 3. 学习如何应对销售中顾客的推辞；	自主学习完善能力

		4. 掌握成功销售的有效策略。	
	能力目标	1. 掌握商品推销能力； 2. 提高英语口语表达能力； 3. 提高有效沟通能力； 4. 培养解决问题的能力。	
	素养目标	1. 提升职业素养； 2. 具备较强的应变能力； 3. 提高商务礼仪修养。	
Unit 3 Business Negotiation	知识目标	1. 学习商务谈判的新词汇； 2. 评估市场情况，以合理的价格购买； 3. 学习如何在正式的商务谈判中取得成功以及相关的策略。	语言思维提升能力
	能力目标	1. 提高商务对话中的听力理解能力； 2. 提高口语表达和沟通能力； 3. 训练学生的谈判语言技巧。	
	素养目标	1. 增强与人沟通的信心； 2. 培养公平、公正的良好谈判人格； 3. 培养学生商务谈判基本操作能力。	多元文化交流能力

图3 教学目标分析

（四）对接学情，建构教学模式

基于学情，立足目标达成，以成果为导向，用任务激活教学。每个任务环节根据“研一促一用”的三段教学主线推进，结合学生的认知规律和二语习得规律，创新教学步骤，细化为“十二步教学法”。课前学生通过自学和探究“研”学习内容，教师通过跟踪和统计“研”教学设计；课中教师搭建脚手架，通过“引一学一练一做一评一扬”，逐步促成学生的知识内化和能力拓展，“扬”是对学生认知的深化，由此实现价值引领、民族认同、文化传承、职业精神的交流共扬；课后教师助推学生成果，关注学生个性化拓展，鼓励学生用优秀成果助力社会宣传服务。结合《专业简介》要求，多维对接四项学科核心素养，全程融入课程思政。

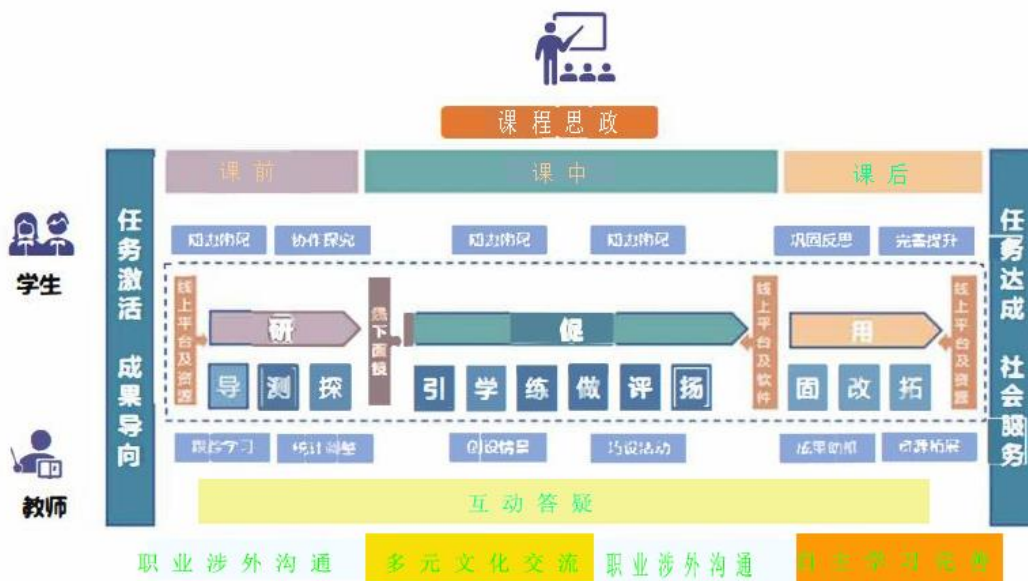


图4 专业简介视域下“三段十二步”教学模式

(五) 聚焦教学变革，构建多元交互教学评价体系

基于“全人”教育理念，坚持“正确方向、育人为本、问题导向、以评促教”的原则，构建科学的多元交互教学评价体系，将个体学习行为、英语学科核心素养和学习质量综合评价纳入考核，形成多维评价内容；评价方式为形成性评价与终结性评价相结合，实践性评价作补充，通过细化评价指标，借助超星平台统计学生自主学习、出勤、课堂参与、团队能力、随堂练习、测试等表现，实现评价标准可测量；将教师评价、同伴评价、自我评价和平台测评相结合，实现线上线下一多主体评价；整个评价体系密切关注学生的涉外沟通、文化交流、语言思维、自主学习能力，促进学生职业发展。

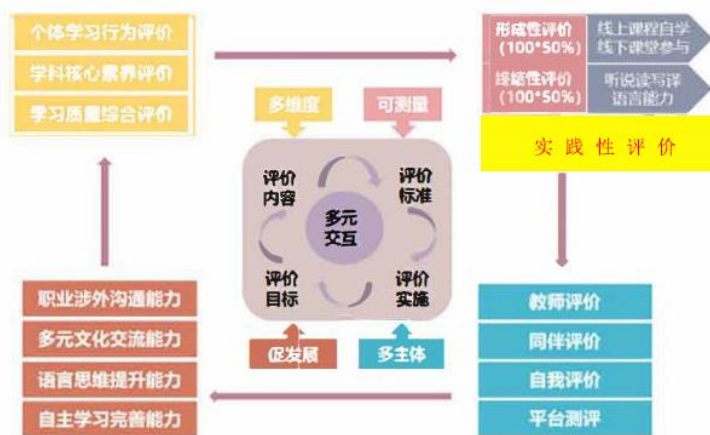


图5 多元交互教学评价体系

二、教学实施过程

(一) 整体实施流程

本次授课以模块任务的完成为导向，以“三段十二步”的步骤展开，共计16学时。“三段”即“研—促—用”，细分的“十二步”即“导—测—探—引—学—练—做—评—扬—固—改—拓”，贯穿课前、课中和课后。教学流程由教师

和学生双线并进，共促教学目标的达成。

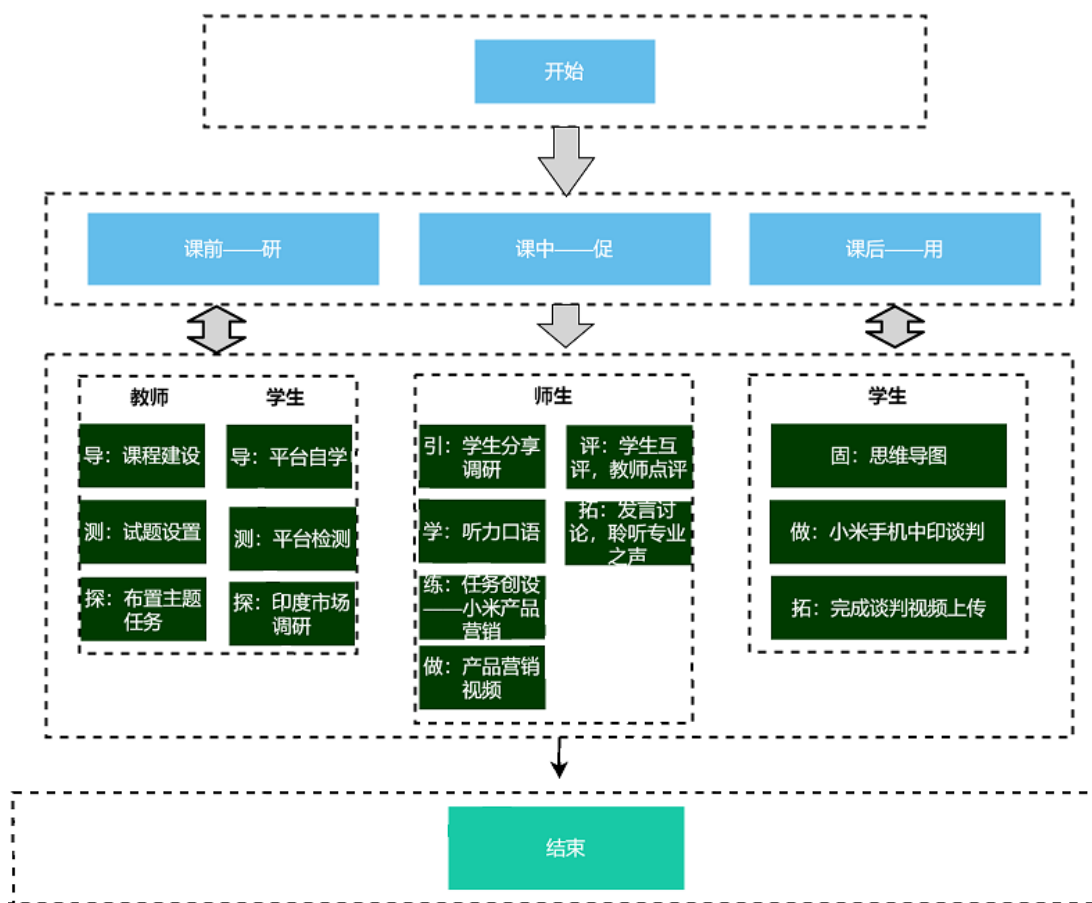


图 6 教学实施流程图

“以研促教”：课前，学生通过在线课程自学及检测、主题相关任务的初探“研”自身与距离任务完成之间的差距。教师利用教学平台发放教学资源、测试题和主题任务，实时监控学生自学情况，由统计结果“研”学情，以调整课堂教学。

“以促助用”：课中，以学生为中心，教师引导学生分享，实现旧知衔接新知；利用文本、视听等多模态资源，借助案例、游戏等方式促成学生知识、语言技能和素养的提升；创设情景让学生通过线下同伴演练、线上人机互动进行语言操练，实现知识的内化；以任务驱动让学生协同互助，选择合适的调研、营销谈判策略；设置对接职场的讨论和行业专家的分享，让学生在深度交流与聆听中提升职业素养。

“以用为本”：课后，教师借助线上平台发布练习任务，强化学生学习内容；指导小组完成最终成果“小米手机中印商务谈判”，实现优秀成果的推广；发布拓展资源供学生个性化成长。

（二）实施过程

依据学情与教学目标，整个组织实施过程以学生为中心，分为课前、课中、课后三个部分。通过师生研讨、同伴互教、学练结合最终实现目标。例如，以下是 Unit 3 Business Negotiation 的实施过程：

任务流程	教学内容	教学活动	评价内容
------	------	------	------

课前：以研促教	教学资源、测试题和主题任务		平台学习过程 平台测试结果 素材收集完整度
课中：以促助用	情景创设、反馈引出、小组协作、巩固操练、交流共扬		出勤情况 在线练习 课堂参与 团队汇报 平台讨论
课后：以用为本	拍摄“小米手机中印商务谈判”小组视频		复习梳理 团队成果

图 7 Unit 3 Business Negotiation 实施过程

1. “印度市场调研”任务流程线→参与获得感逐步增强

将模块任务“印度市场调研”划分为四个任务流程“探经济”“研政治”“解文化”“明客户”，逐步达成目标。教学实施中“探”是前提，学生借助 VR 游，做好对印度经济基本信息和环境情况的调研。“研”是深入了解，学生通过信息挖掘，加深对印度政治体制的理解。“解”是拔高，经过调研和挖掘，在这一环节实现自我认识的拔高，提升项目的参与感。“明”借助网络平台让更深入了解印度的潜在客户。

2. “研促用”教学流程线→知识能力素养螺旋上升

课前“研”是寻找不足、做好准备，课中“促”是从知识、能力、素养多方面，从听说读写多角度促成，以“引—学—练—做—评—扬”的步骤开展师生研讨、同伴互教、讲练结合和职业共扬，助力三维目标达成。课后“用”是指有效运用语言表达主题内容，将成果推向社会，实现其社会价值。

3. “新时代，新学法”→助力重难点突破

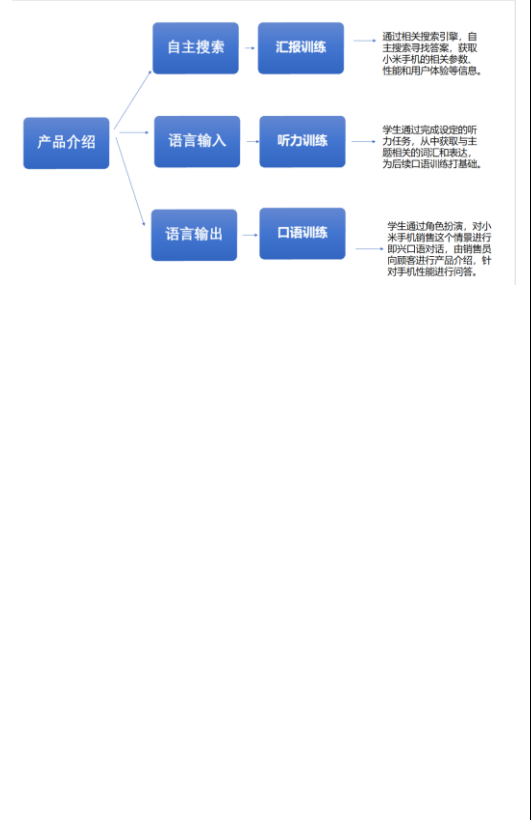
基于模块任务的层层分解，让学生听说读写能力都得以训练，依托超星蓝鸽和凌极语言综合平台，借助 VR 游览、人机口语互动软件、视频制作软件等助力城市信息获取、语言表达积累、情景对话操练、视频配音制作。教学策略的完善、教学方法的选择和信息化手段的运用有效帮助突破教学重难点。

教学重难点	突破方式	资源图例
Unit 1 教学重点： 1. 介绍小米手机在中国的市场表现，引出开拓印度市场的重要性和挑战；	理实一体化：VR 印度游	

2. 模拟印度市场情景,了解当地文化和消费习惯,让学生了解开拓市场的挑战和机遇。
 教学难点:
 1. 了解印度市场的文化、消费习惯和需求特点;
 2. 掌握印度市场的竞争对手和市场格局。

Unit 2
 教学重点:
 1. 了解如何做好产品展示,将潜在顾客转化为现实顾客;
 2. 掌握产品推销的技巧,强调产品优势;
 3. 掌握如何引导有效的销售对话;
 教学难点:
 1. 思考如何获得顾客信任;
 2. 了解销售中常见的顾客推辞话术,并学会如何应对;

任务型教学法
 思维导图法



Unit 3
 教学重点:
 1. 理解商务谈判中询盘和报价的听力;
 2. 懂得在广交会上做简单的口译,快速解决问题;
 3. 理解视频内容:谈判交易。
 教学难点:
 1. 提高沟通能力和听力理解能力;

情境教学法
 小组协作
 游戏法



2. 试着熟练地进行谈判场景表演。



图8 重难点突破

4. 渗透课程思政与职业素养→促进教育育人

秉承“课程承载思政”的原则，“职业素养有效对接”的原则，注重知识传授、技能提升和价值引领相融合，从城市别称的认识引出印度文化的讨论，在城市对比、中外对比、民族产品出海中，培养学生的爱国情怀、国家自信、科技自信；内心生起“用英语讲好中国故事”责任、担当并付诸行动。

三、实施成效

教学评价统计显示，学生学习后对模块主题有了深刻认知，英语听说能力得到显著提高；英语学科核心素养、思政意识和职业素养均得到较大提升。

（一）学习成效

1. 学以促学，英语学习兴趣提升

将模块学习前后的问卷结果相比，学习后，喜欢英语课程的人数比由原32%提升至78%。81%的人体会到学习后的成就感，较学前调查的29%提升明显。对于最喜欢的课程版块，32%的人选择了“小组合作任务”，27%的人选择了“游戏竞赛”，说明这些教学策略一定程度帮助提升了学生的英语学习热情。

2. 学以致用，三维教学目标达成

在模块学习前，由问卷调查、平台测试、英语软件测评等方式统计出学生在素养意识、主题知识、语言技能方面的情况。模块学习后进行同样的调研与测试，结果显示：素养与意识层面得到提升的学生人数大大增加；在知识层面，测试及格率和良好率显著提升；在语言能力层面，模块学习及训练后，英语听说优秀人数均有较大增加。

3. 学以明志，国家责任感、职业感增强

通过讨论、问卷及访谈，通过对印度经济生活水平、文化生态作调研后，绝大部分学生表达了对祖国发展水平的自豪；感慨于我国民族产品质量之高、设计之美；自豪于我国在全球经济文明建设中的担当与行动；意识到身为这个世界的一员，在以科技产品提升人们的生活质量、造福人类、人类命运共同体构建中的责任。同时，100%的学生乐于用英语向世界展示民族产品之光、中国科技之力。

（二）特色创新

1. 深化“三教改革”→科学化协同式育人

教学充分深化“三教改革”。教师的改革凸显在构建了“英语教师+国际贸易教师+企业国际贸易能手专家”为整体的师资，团队由四位英语教师作为主要成员，一名专业课教师和一名行业专家作为指导教师。英语教师负责主要课程，专业教师和行业专家在职业对接环节辅助提供专业化指导。教材的改革基于成果导向，整合并重构内容，以便更有效对接学科素养和专业需求。教法的改革主要体现在优化策略、利用信息化手段促成目标达成上。

2. 教学模式创新→践行全方位育人

以“研一促一用“三段”，“导一测一探一引一学一练一做一评一扬一固一改一拓”十二步开展教学，借助线上线下混合式教学将课前、课中和课后构成完整教学闭环，以学生为中心，以任务为导向，关注学生涉外沟通、文化交流、思维素养、自主学习各方面的培养。

3. 成果推广创新→激发爱国情怀

通过视听说的训练，促成学生合作完成“小米手机中印商务谈判”的制作。优秀成果将通过网络媒体发表，借助网络让校内外师生了解商务谈判的流程及民族产品的光耀，认识中国民族品牌建设之力。拓展了英语课程的文化性和思想性，激发了学生的爱国热情、文化和职业自信。

四、反思与改进

（一）教学评价针对性有待完善

目前的教学评价涉及出勤、课堂表现、团队能力、线上自学、词汇练习、口语检测等十四项形成性、终结性及鼓励性考核，较为全面细致，但评价标准与课程目标之间的对接性还有待优化。下一步拟基于《专业简介》的学科核心素养目标进一步完善教学评价体系。

（二）课程资源开发与利用有待健全

目前实施线上线下混合式教学，已建立了一定的平台课程资源，如精品微课、课程练习题、拓展补充资源等，但课程资源还有待丰富。下一步拟关注融入地方特色和校本特色的资源。