



广东外语外贸大学南国商学院

SOUTH CHINA BUSINESS COLLEGE GUANGDONG UNIVERSITY OF FOREIGN STUDIES

《南国教学质量简报》

2020年第6期（总第16期）

教学质量监督与评估中心编印

2020年12月15日

【编者按】面临民办独立学院的“转设”，南国商学院要在广东、华南，乃至全国的高等教育发展版图中牢牢地站住一席之地，谋求学校的长期可持续发展，要一如既往地紧紧咬住外语特色不放松，实施差异化发展战略。从一定意义上看，当下以及未来一个可预见的较长时期内，“南国之树”所以能够枝繁叶茂，全然是要看“外语之根”扎得深不深，牢不牢。其中，进一步擦亮办学品牌，凸显外语特色的一个重要的现实抓手就是全英（双语）教学。近期，学校“全英（双语）教学专家组”按照惯例，请李燕飞老师和陈文婧老师上了两堂全英（双语）教学公开课，请杜玉平老师做了一次别开生面的全英（双语）教学工作坊。三位老师的公开课和教学工作坊全程使用英语作为工作语言，师生互动热络，课堂气氛活跃，对于培养和提升学生应用英语语言探讨相关专业问题的能力颇有助力，全面演绎和展示了学校的外语特色。本期《南国教学质量简报》推出全英（双语）教学专辑，以飨读者。

一、经济学院李燕飞老师的全英（双语）教学公开课

11月5日，经济学院李燕飞老师在实验楼上了一堂十分精彩的全英（双语）公开课：《国际贸易实务》（Chapter 4: The Heckscher-Ohlin Model and Other Trade Theories）。出席本次公开课的有学校全英（双语）教学专家组组长、教学质量监督与评估中心主任周文贵教授和全校现有在岗全英（双语）教师和其他老师三十多人。李燕飞老师的授课以及同学生的互动交流全程使用英语，现场师生听课专注，师生互动热络，课堂氛围很好。



本次公开课的内容包括：1. 上节课教学内容回顾；2. 讲授 H-O 理论的核心内容；3. 运用 H-O 理论对当今世界贸易及产业结构的变化做出解释。

李老师首先带领学生回顾了

在封闭经济或开放经济条件下的市场总体均衡。在此基础上，重点讲授了新古典国际贸易理论的代表性理论——要素禀赋理论（H-O 理论）的基本原理。揭示出要素禀赋理论侧重于从各国要素禀赋的差异来解释国家之间贸易的根源与基础，以区别于斯密和李嘉图的古典国际贸易理论。授课过程中，李燕飞老师对提出要素禀赋理论的两位瑞典经济学家赫克歇尔和俄林做了相关背景介绍；对比了 H-O 理论同古典国际贸易理论的假定前提；重点讲授了 H-O 理论的核心概念——“要素密集度”与

“要素充裕度”的定义与计算方法；概括总结出 H-O 理论的结论及由此决定的世界贸易模式。

在第三部分的理论讲授环节，李燕飞老师专门选取了一段 5-6 分钟的视频资料，让学生在观看完毕后，运用 H-O 理论来解释香港与内地产业自上世纪 70、80 年代以来的



比较优势变化及原因，学生们的反应热烈，发言积极。最后，李燕飞老师还推荐学生阅读与本理论相关度较高的一份世界贸易组织发布的研究报告：*World Trade Report 2013: Factors Shaping the Future of World Trade* (WTO)，启发学生对“新技术”这种生产要素对当今世界经济及贸易发生的深刻影响进行思考与讨论。

二、 管理学院陈文婧老师的全英（双语）教学公开课

12 月 3 日，管理学院陈文婧老师的《学术英语（会展经济与管理）》全英（双语）教学公开课，吸引了全校 30 多位双语教师到授课现场观摩。

陈文婧老师全程使用英语教学，课堂教学内容丰富，形式灵活，师生间积极沟通、互动良好。



本次公开课主题为 Event English: Negotiating Business, 内容主要包括 Task 2: Negotiating about payment 和 Task 3: Negotiating about shipment 两部分。在 Task 2 部分, 陈老师首先播放一段听力材料, 然后请学生完成表格填空。Task 3 部分包括了两个活动, 活动一: 阅读, 陈老师邀请了两位学生朗读一段对话, 然后让学生做两个小任务, 一个是判断题, 另一个是词汇填空; 活动二: 角色扮演, 陈老师先请两组学生分别扮演不同角色进行对话, 然后让学生讨论几个问题。

在认真备课的基础上, 陈文婧老师围绕授课内容, 设置相关场景, 采用灵活多样的教学形式, 启发学生认真思考, 组织学生展开充分讨论, 很好地实现了英语语言应用同专业问题讨论的有机融合, 达到了《学术英语》课程的教学目的。

三、 杜玉平老师的全英（双语）教学工作坊

12月10日下午，杜玉平老师的“营销专题研究暨全英（双语）教学工作坊（3）”在我校G-401成功举办。

本次全英（双语）教学工作坊的主题是：“智慧营销理论与 Universal Press 定价困境案例的智慧营销及其对中国企业的启示”。2017级市场营销、2017级市场营销双语班的71名学生和全体全英（双语）教师参加了此次工作坊。



杜玉平老师的工作坊全程使用英语，其英语表述流利畅达，语音语调标准规范，内容讲授生动活泼，参加工作坊的学生和现场观摩的教师深切感受到了英语语言同专业知识有机融合的精妙所在，受益匪浅。

杜玉平老师的工作坊从传统营销模式在新时代面临的挑战展开，包括以下四部分内容：

1. **Brief Review of Intelligent Marketing**（智慧营销简述）。新时代消费群展现出了突出的新特点，即社交化、本地化、移动化。这一新现实使得传统营销模式“4P 理论”面临挑战，于是智慧营销理论应运而生。

杜玉平老师带领大家简单地回顾了营销理论经历的 4 次理论演变：

从 4P（产品——价格——渠道——促销），到 4C（消费者——消费者成本——消费者便利——沟通），到 4R（关联——反应速度——关系——营销回报），再到 4D（需求——数据——传递——动态）。在新时代背景下，企业要将产品的各项价值更便利的传递给消费者。

2. **D3: Delivery**（传递）。4P 理论的传递是“渠道为王”，4C 理论是“便利”，而智慧营销 4D 模型是“价值传递”。杜玉平老师以亚马逊和故宫的文化 IP 为例，生动地分析了它们如何快速而持续地为消费者传递价值。

3. **D4: Dynamic**（动态）。经历了由 4P 理论的“促销”到 4C 理论的“沟通”，到 4D 模型的“动态多点沟通”。杜玉平老师提出了三位一体的模式：线上线下闭环（Hinichijou 熊爪咖啡）——多渠道整合传播（Chipotle 墨西哥卷饼）——病毒式口碑传播（丁真的世界）。

4. **Case Study: Universal Press' Value Delivery**（案例研究：Universal Press 的价值传递）。此次全英（双语）教学工作坊的最后部分是案例研究，杜玉平老师采用小组讨论法，组织学生分组阅读、讨论 Universal Press 的价值传递及其对中国企业的启示。