

基于汉语作为外语教学的商务通识教学模型

[中國] 方珍平*

目 錄

- 一、引言
- 二、商务汉语通识的教学定位
- 三、商务汉语通识的教学内容
- 四、商务汉语通识的教学模型

一、引言

二十一世纪全球一体化进程加快，跨文化背景下的国际交往与语言工具的传递同步交融。中国作为快速增长、稳定发展的经济政治和观念文化实体，是人们瞩目的对象。汉语的教学在发展嬗变，不仅学习汉语的人数逐年递增，更重要的是汉语作为第二语言学习的价值领域在迅速扩展。以往汉语学习的价值主要在于语言层面，主要在于具有中国文化特点的文化领域，现在则已经向行业应用、科学技术与社会生活等领域扩展（这种情况在私立教育机构中尤其明显，甚至成为风向标），也即从工具性的语言、文学、文化向着各种实用专业的方向前行。汉语学习的价值领域的发展，要求业内人士重视专业汉语教育，其研究也可从专业模型的复合角度深入认识。

商务活动，是与人们日常生活与工作联系最深广的活动。商务汉语引起国内外学者的关注，本质上是语言学习价值在起作用。第二语言学习需要学习者付出大量的时间、精力、费用等学习成本。学习者之所以愿意付出高昂的学习

* 上海外国语大学副教授，釜山外国语大学副教授，语言学博士。
电子邮箱：zhenpingf@yahoo.com.cn

成本，是因为这种语言学习对他有价值。第二语言的学习价值体现在许多方面，如民族交往、宗教传播、文化兴趣、求学需要、就职驱动、商务活动等。其中，“商务活动是最能体现学习价值的领域之一，因此也是语言传播最为重要的驱动力之一。”¹⁾

商务汉语教学从上世纪八十年代末期发轫，到今天约有二十年的历史。对外商务汉语教学是“对外国人的商务汉语教学”的简称，英文直译是The Teaching of Business Chinese to Foreigners。因其是针对外国人的汉语教学，所以它既是一种第二语言教学，又是一种外语教学，跟作为第二语言和外语的其他语言的教学，例如第二语言和外语的韩语教学、日语教学、英语教学等等，属于同一性质。在商务汉语的教和学的过程中，涉及到许多和普通汉语教和学的不同之处——即以商务活动为内容导向，掌握与中国或者在中国进行商务活动的知识、信息和方法，为更好地促进中外商务发展、促进经济全球化服务。

在中国国内，与一般（普通）汉语的对外教学相比，大学与其他教育机构立足本土、以国际视野进行商务汉语传播的教学工作显得相对有所停滞，相关的研究也陷入瓶颈，尚无创新的研究成果。故此，商务汉语国际教育的内容与载体、理论与方法、特色与深度等研究课题，尚颇可为之。

二、商务汉语通识的教学定位

当越来越多的、甚至基本上全部是中文系和外语系毕业的老师走上“商务汉语”课程的讲堂时，“商务汉语是什么课程？”这样的问题就值得认真回答——也就是它的学科定位问题。正如有学者所言，“尽管商务汉语教学正在飞速发展，但有关商务汉语教学的一些基本问题并没有得到很好的解决，教学界对什么是

1) 王慧玲、卢惠惠，《语言学理论与商务汉语教学研究》，上海：学林出版社，2009年06月

商务汉语、商务汉语教什么、怎么教等都存在着不同的认识和看法。”²⁾

目前，人们一般把“商务汉语”定位为“语言教学”。比如认为“商务汉语是商务专业用语与交际汉语紧密结合的专用汉语”³⁾。也有学者定位为“语言教学附加商务知识”。比如认为商务汉语教学“体现国际商务汉语的特点，使学习者在学到地道的汉语的同时，也能学到一定的外贸知识和大量的表达国际商务的词语和语言结构。”⁴⁾还有学者定位为“商务与语言兼备”。比如认为“商务汉语不是一门仅仅讲授商务知识（更不是仅仅讲授出口管理知识）的课程，也不是一门仅仅讲授汉语知识的课程，而是一门讲授包括商务知识和汉语知识在内的综合课程”、“就目前的最新研究成果，商务汉语的适应范围，除了贸易外，还应该包括金融、保险、法律、管理、信息产业、电子商务、传媒、高新技术和服务业等几乎所有的行业。因此，教材的内容与门类都应该进行全面改造或重建。”⁵⁾

我们认为，商务汉语教学是一种跨学科的教学，也即为商务（经贸）专业与语言（汉语）专业的复合教学，需要体现双方面的专业性。它不是经贸专业的泛化，更不是语言教学的简单扩充。这种教学在中国国内，可由留学生的教学院系（如中国大学的国际部、对外汉语系、国际文化交流学院等）实施；在中国以外，可由国内生的外语教学院系（如外国大学的中文部、中语中文系等）实施。考虑到其通用性以及非学历性，“基于汉语作为外语教学的商务通识教学”（简称商务教学）这样的概念较为恰合。商务通识教学是一种专门用途语言的商务教学，其教学的定位为双学科复合。

在语言方面，商务汉语是特殊用途汉语的一种，是专门用于商务场合的特定工作与交际语言，它是一种交际能力的体现形式，既具有商务活动的专业性，又与基础性对外汉语的使用密切相关。基础性汉语（或称为一般汉语、普通汉语）在这里是指能够满足人们日常交际活动中听、说、读、写需要的语

2) 张黎，《商务汉语教学需求分析》，《语言教学与研究》，2006年第3期

3) 朱黎航，《商务汉语的特点及其教学》，《暨南大学华文学院学报》，2003年第3期

4) 李忆民，《视听说对外汉语教材编制初探——《国际商务汉语》的总体构想与编制原则》，《汉语学习》，1999年第1期

5) 张永昱，《新一代商务汉语教材建设的初步构想》，《东北财经大学学报》，2004年第4期

言。商务汉语不是空中楼阁，不能凭空而起，对外商务汉语教学必须以基础性对外汉语为平台，在学生已掌握基本汉语听、说、读、写技能的基础上，进行商务词汇、术语、表达方式、交际技巧等方面的专业教学。因此，在进行对外商务汉语教学时应十分注重其实用性，重点培养学生的语言实际运用能力和商务交际能力，不是让学生陷于浩瀚的语言知识点的练习当中。对外商务汉语与基础性对外汉语的密切联系以及它们各自的特点，决定了其在教学各方面有相关更有差异。

在商务方面，商务经济学知识门类众多、理论丰繁。大学经济学的通行专业描述为：要求学生系统掌握经济学基本理论和相关的基础专业知识；了解市场经济的运行机制，熟悉国家的经济方针、政策和法规，了解中外经济发展的历史和现状；了解经济学的学术动态；具有运用数量分析方法和现代技术手段进行社会经济调查、经济分析和实际操作的能力；具有较强的文字和口头表达能力。经济学专业就业前景较好，能在综合经济管理部门、政策研究部门、金融机构和企业从事经济分析、预测、规划和经济管理工作。而其主要课程包括：政治经济学、资本论、西方经济学、会计学、统计学、计量经济学、国际经济学、货币银行学、财政学、经济学说史、发展经济学、企业管理、市场营销、国际金融、国际贸易等等。

“基于汉语作为外语教学的商务教学”，其“商务”的概念应该是大“商务”，是“商务通识”。对外贸易、对外经济关系、贸易实务等是“商务”，而出资方式、注册商标、兼并收购等也是“商务”，企业管理、税收申报、物资采购等还是“商务”。如将“商务”课程的经济内容仅局限于某方面专业知识，会导致课程范围设置太窄太偏、内容太专、枯燥单调等。现代市场经济所涉及的知识结构是立体的、全方位的、开放式的。培养的商务人才是复合型的、实用型的。对“商务”的理解应该开拓思路，“商务汉语”的课程设置应该与实际需要合拍。大“商务”的概念有利于开设的课程和编写的教材扩展适用范围，更好地满足社会需求。商务汉语教学作为模块教学，只能比照经济学等商务科类专业构成，选取其专业核心内容和简易层级。那么，这种核心内容和简易层级在哪呢？

三、商务汉语通识的教学内容

这一方面，在经济学与商务领域本身也是一大难点，其内部也在不断探索与发现。2005年6月27日，由北京大学经济学院、北京大学光华管理学院、北京大学中国经济研究中心、清华经济管理学院、中国人民大学经济学院、中国人民大学财政金融学院、南开大学经济学院、梁晶工作室共同发起的“中国经济学教育回顾与展望”主题研讨会在人民大学逸夫会议中心召开。此次研讨会为纪念《经济科学译丛》出版十周年而召开，围绕“经济学教育培养体系、经济学教学内容体系、经济学教育师资体系、高校之间的资源共享体系”四个主题进行探讨。

经济学家方福前认为“我们现在教经济学，究竟教给学生什么？……没有基本的概念和方法就没有办法理顺经济学问题”，“我们要教给学生怎么样观察这些问题，关键要教给学生实际，从实际问题出发研究经济学，为什么我这样说呢？根据我教西方经济学的体会，我认为西方经济学重要的理论创新都是问题导向式，没有20年代英国长期的萧条和30年代的发达大衰退就没有西方经济学。所以我觉得我们在教学的时候，不能仅仅限于教微观经济学的原理，更重要的是要教我们的学生怎么样研究问题，从书本出发还是从实际出发。”⁶⁾这样的观点是有启发性的。

商务汉语课程，旨在使学生在实践过程中经历真实的和日常的商务场景，在实践和运用中巩固和加强商务技能，系内化经济学认知性学习，培养学生具体的商务工作环境中实际运用语言的能力，从而能够正确地理解、处理及回答各种商务工作中的问题，并建立及保持商务联系。商务汉语课程，内容包括广泛的商务题材和体裁。如办公室日常事务、购买与销售、产品广告、公司机构与决策、旅行、抱怨、各类商务应用文体等等，全面而真实地再现商务工作中的各种活动。⁷⁾

6) 方福前，“中国经济学教育回顾与展望”主题研讨会的发言，2005年6月27日

7) 万谊娜，《对外商务汉语与基础性对外汉语的教学比较》，《云南师范大学学报》，

2007年，普通大学的中级经济基础课本做了较大改动。⁸⁾改动集中在第一部分：经济学。增加了标准的微观经济学、宏观经济学内容，如第二章市场理论；第三章成本理论和市场结构理论；第五章宏观经济模型。经济学这一部分的基本结构是：先讲资源配置方式，再讲市场这种资源配置方式，再讲市场经济体制；在市场经济中，我们需要了解需求、供给、均衡价格、市场结构；之后的内容是市场失灵，引入宏观调控；在宏观经济学中，我们要掌握分析宏观经济的三个基本模型，以及经济增长、价格总水平、就业这三个重要的宏观经济关注的方面；最后是国际经济学，主要讲国际贸易、国际资本流动。教学顺序上，先是微观经济学，再是宏观经济学，最后是国际经济学。经济学的这一部分中，“成本理论”中涉及到各种成本函数，难度较大；“宏观经济模型”理解起来有一定困难。但整体来看，2007年版“经济学”专业的内容更贴近现代经济学理论，学员从中可以了解到现代微观经济学、宏观经济学这两门基础学科的基本架构和主要知识点，这样的理论基础有助于我们理解实际经济现象。

经济学家林毅夫认为“我觉得最终最有关系的这些发展的理论跟转型的理论目前还是很大的欠缺。我觉得我们对经济学最重要教的不是一个百科全书，让学生碰到问题的时候，到这里找答案，我们要教的是研究的方法。……美国经济学家说过一句话，经济学的理论应该有这样的特点，简洁而实用，而不是过多地体现在细节方面”。⁹⁾徐宽认为：“我觉得主要还是两个方面，第一还是教要最基本的原理……让他们知道经济学最基本的理论是什么”。¹⁰⁾舒元则认为：“据我了解在美国很多的学校，越是名牌学校，越是精英学校他们本科教育都强调经济学教育，我知道芝加哥大学他们都要求经济学课，我想对优秀的人才我们更加重视经济教育，他们希望以后在各行各业都做出贡献。另一个方面是职业导向的教育……”（出处同上）这些真知灼见，切中肯綮。

与市场直接接轨的民营教育机构，也为我们提供一些可资借鉴的启示。如

2004年11月第2卷第6期

8) 无忧考网<http://www.51test.net/show/259088.html>

9) 中国经济学教育科研网<http://www.cenet.org.cn>

10) <http://www.cenet.org.cn/article.asp?articleid=18711>

上海默恩教育“General Business Chinese”的课程设置：Business Chinese Fundamentals/Business Travel/Business Negotiation/Industry Specific Business Chinese/Sales/Marketing/Customer Service/Human Resources/Import-Export/Legal/Banking Insurance/Pharmaceutical/Accounting & Finance/Automotive/Secretarial/It

对于商务汉语的教学设计，有学者综合为“介绍适度原则”和“体现层次性原则”。¹¹⁾学习者是通过语言输入的理解而逐步习得第二语言的。所谓“可理解的语言输入”是指语言输入难易适度，应当稍高于学习者目前的语言水平。由于学生之间存在汉语能力与商务知识的背景差异，所以根据这一理论，教师在设计教学活动时，一定要根据学生不同的商务知识和语言能力的具体掌握情况，设计出符合学生实际水平的活动。在活动内容上应由浅入深、由简到繁，在技能训练上要由一般到高级、由单一性思维活动向复杂性思维活动过渡，使教学活动取得良好的效果。

此外，商务汉语课程较之基础性对外汉语还应专门增加中国商务文化部分，特别是中国特有的经营理念、经营管理方法、商业心理、商业价值观等内容。事实上，这些文化因素也正是外国人在学习如何与中国人进行有效商务往来时的兴趣所在。但我国现有的商务汉语课本在这方面还比较欠缺，尚有待于进一步完善。

也有学者把商务功能分成几个方面。如“礼节性交际技能”、“生活交际技能”、“商务信息交流技能”和“协商洽谈技能”。¹²⁾

我们认为，对外商务汉语毕竟是跨专业教学与通识教学，并不是学历教育，所以在教学过程中要注意掌握商务知识介绍的深浅程度。对外商务汉语教学重在培训学生运用汉语作为商务活动工作语言的能力而不是仅仅培养商务专业人才为目的。因此，学生可学会一般性的商务术语和句式，能够进行日常的

11) 袁建民，《关于“商务汉语”课程、教学和教材的设想》，《云南师范大学学报》，2004年3月第2卷第2期

12) 张黎，《商务汉语教学需求分析》，《语言教学与研究》，2006年第3期

商务语言交流就足够了，过深的专业商务知识教学对于缺乏商务工作背景的学生只会产生拔苗助长的结果，违背对外商务汉语通识教学的初衷。商务汉语通识下教学，主要以商务活动“场域”为界，我们分为“商务出行”、“商务办公”、“商务业务”和“商务文化”四大模块。教授的属于中级水平的语言与商贸技能。故此也可称之为“中级商务汉语”（Middle Business Chinese）（MBC）。

四、商务汉语通识的教学模型

4.1 教学设置与课程

4.1.1 教学模型：商务通识（中级商务汉语Middle Business Chinese）（MBC）。

4.1.2 教学课程：综合（精读）课，系语言知识与商贸专业内容融会的主干课程；口语（听说）课，系增强实际操作能力和运用能力的主要课程，也是补充、巩固综合（精读）课所学的平台；阅读课，系增强语言与商贸文化知识、特别是丰富国内与国际经贸行业背景知识的主要课程。

4.1.3 教学课时：每周28课时，共18周。其中，每周课时：综合（精读）12课时，综合辅导4课时，口语（听说）及口语辅导6课时，阅读及阅读辅导6课时。

4.1.4 教学对象：完成初级汉语学习的学员和HSK达到3级以上的进修学员。

4.1.5 教学材料：a为综合（精读）课教材；b为口语（听话）课教材；c为阅读课教材。

a、包文英，《实用商务汉语》，上海：华东师范大学出版社2007年11月

b、董瑾，《汉语商务通口语中级教程》，北京：北京大学出版社2005年9月

c、王慧玲、黄锦章,《商务汉语中级阅读》,北京大学出版社2004年9月

4.1.6 教学条件:多媒体教室或普通教室。

4.2 教学目标与要求

商务通识,学生可以学习一个学期(4 months),了解基本的中国商务活动(根据留学生现在的汉语水平,一般HSK 3级以上进入本班层级),掌握在中国或者与中国进行经贸活动的过程。本层级的商务汉语学习也可以接驳或者嵌入留学生本科教育体系之中。

商务汉语进修班的教学,由班主任全面负责,开设综合(精读)课和口语(听说)、阅读专项课。中级班主要学习商务词汇、商务阅读、商务会话、商务听力、商务谈判、商务实务等内容。

按照教材(a)的课文结构,教学可分成四个单元,大致可划分并命类为:第一单元、商务出行相关(课文1、2、3、4);第二单元、商务办公相关(课文5、6、7、8);第三单元、商务业务相关(课文9、10、11、12);第四单元、商务文化相关(课文13、14、15、16)。

4.3 教学步骤与环节

商务汉语通识系统讲授商务活动过程中的语言、文化和商务活动范畴的处理和分析;对关涉商务活动的概念、听力、口语、阅读语言技能等进行教学和培养,从商务理论基础、商务语言准备、商务操作方法与技巧几方面进行分析讲解。同时,课程注重对学生在商务、经贸活动方面的具体技能进行训练,以培养和提高学生的语言能力与商务活动能力,深化学生对具体实施商战的认识,为今后从事商务活动和进一步学习专业打下基础。

商务汉语通识是复合学习。复合学习并不完全体现在教学词汇的变换上一——“小张、小李”变换成“张经理、李会计”,还是语言教学。商务汉语通识教学的

关键需要教学内容的转换与教学方法的植入——声韵调、词汇语法文化的模式应该转变为术语、话题、场景的模式，听力、会话、阅读、写作的操练模式应该变为模拟、表演、操作、实践的模式。

内嵌化是商务汉语通识这一整合教学的关键与重点。虽然商务汉语教学项目广受欢迎，但是目前国内还没有形成比较完善的模型，所以其发展也受到很大限制。这迫切需要复合型的师资队伍。有两种途径：一种是语言师资充实经贸专业知识，完成“汉语老师讲经贸课程”的转变；另一途径是经贸老师学普通话、了解语言学知识，达到“经贸老师讲语言文化”的境界。

4.4 教学方法与特点

采用讲授与活动、讨论相结合的教学方式，理论性较强的内容主要由教师讲解；结合教学实际的部分多采用学生讨论方式；有些实践的部分则让学生动手操作，课程强调启发式、发现式教学，激发学生的学习兴趣，通过积极的师生互动，活跃课堂气氛，培养学生思考、分析、解决问题的能力。

理论联系实际。在教学中坚持精讲多练的原则，主要讲授重点和难点，注重学生运用课堂上所学到的理论知识转化为操作能力；增加学生的实践环节，模拟商务运行，并进行点评。

与一般汉语比较，商务汉语也是进程教学，不同阶段教学重点与教学方法会有不同。商务汉语通识教学，则力求解决因为语言文化和特定专业（如经贸）这两者不能并举带来的低效率问题。

在商务通识（即中级）阶段，教学内容是语言文化和经贸知识，教学方法和模式是一般的语言教学模式植入经贸专业模式。在角色的设置、话题的编排以及语料的选择上注重从留学生的实际生活出发，从他们感兴趣的话题入手。

根据学生具体程度，可以开设专题“商务谈判”补充“商务会话”的内容（如租房、购物、询价、旅游、交际等等），更好的将经贸内容和词汇术语融合到日常生活语言中，使得学生在真实的场景中自然而然地学习。可以开设专题“商

务实”把语言教学的听说读写“四会”模板转化到专业教学的术语概念、理论系统、操作实践的范畴中（如问卷设计、客户分析、市场调查、品牌创意等等），注重交际功能，使得学生在经济活动中学习、在与中国人交往中学习。

4.5 教学活动与考核

4.5.1 平时成绩占30%，包括出勤、课堂提问和讨论，主要考察学生平时表现。其中课堂回答和讨论情况25分；出勤情况5分（旷课一次扣一分；迟到三次扣一分；最多扣5分；缺勤1/3者不允许参加考试）；

4.5.2 作业占30%。综合课作业占10%，口语课、阅读课各占10%。

4.5.3 期中、期末考核成绩各占20%，采用闭卷考试和教学实践相结合的方式进行考察。其中，闭卷方式主要考核学生对于课程词汇、知识点、商务活动方法和技巧的综合掌握情况占50%；教学实践部分由教师设计相应的考题，让学生根据要求进行商务活动操作，主要考察学生的专业能力、口头表达能力以及临场应变的能力，占50%。

4.6 教学程序与进度

4.6.1 教学单元：

第一单元 商务出行相关（第一、二、三、四课）：接风洗尘、租房购物、聘请服务、公务出差。

第二单元 商务办公相关（第五、六、七、八课）：办公空间、求职应聘、职员培训、会议筹划。

第三单元 商务业务相关（第九、十、十一、十二课）：广告宣传、商务谈判、合同签订、销售客服。

第四单元 商务文化相关（第十三、十四、十五、十六课）：商务礼仪、企业文化、金融市场、商务文体。

4.6.2 教学顺序：

- (1) 预热活动 (课前交流)
 - (2) 生词与专名 (音、义、用)
 - (3) 会话 (语音、意思、操练)
 - (4) 重点句 (功能、运用)
 - (5) 词语例释 (结构、语法)
 - (6) 补充词汇 (音、义、用)
 - (7) 课文 (解释、理解)
 - (8) 练习与文体 (操练、展示)
- (此项内容可在综合辅导课上处置, 每周4课时)

4.7 教学内容与要点

第一单元 商务出行相关

第一课 接风洗尘

教学目标：1、掌握商务活动接待的环节、步骤：接机欢迎, 互相认识, 宴请接风, 润滑关系。2、掌握接待和宴请的常用词句。3、了解请客吃饭的一般礼仪：座位, 敬酒习惯。4、菜谱的感知。5、欢迎辞(祝酒词)的结构。6、有关语法知识

教学重点：1、词语1-38, 专有名词1-6
2、句型“请入席吧!”“我代表公司欢迎您!”“大家不要客气, 想吃什么就吃什么。”“为……干杯!”
3、会话学习1-2
4、补充词语1-31
5、课文 (text) 讲解《宴会上的礼仪》

教学难点：1、“V过……”/“没(有) V过……”, 表示“过去发生 / 没(有)发生”的事情、经验。可以与“V了”(表示已经发生的结

- 果, 没有否定式) 对比
- 2、“VV”(aa式、abab式、a—a式、a了a式) 表示动作的时间短、尝试动作的意思
 - 3、“想V就V”及扩展“想V……就V……”表示按意愿去做、不受限制
 - 4、“是……的”表示强调
 - 5、习惯用语“一般来说……”表示某种事实、主观判断, 放在句子最前面
 - 6、“V着”/“没(有) V着……”表示一直做的动作或者一直存在的状态 / 没有一直做的动作或者不是存在的动作

- 商务文化:**
- 1、座位尊卑: 面朝门口或面南背北
 - 2、敬酒习惯: 面朝对象, 说祝酒词, 喝干再加
 - 3、中国的礼貌用语、“谦逊文化”: “请随意”, “不用客气……”, “我自己来”——不麻烦别人, “(你) 自己来”——不必拘束

- 交际活动:**
- 1、报菜名
 - 2、说欢迎辞
 - 3、点菜

应用写作: 写请柬

第二课 哪儿有房租¹³⁾

教学目标: 1、掌握“想租房子”和有关意愿的表达。2、掌握对房子的评价: 面积大小, 地段远近, 新旧设备, 价格高低。3、了解在中国、在上海租房、买房的经济账。4、电费、水费、煤气费、电话费票据的感知。5、连续介绍房子情况的语段的结构。6、有关语法知识。

教学重点: 1、词语1-24, 专有名词1
2、句型“公司要派我去……”“这套房子的房型、地段和装修都

13) 参考教材的课文标题为“哪儿有租房”, 疑误。

不错。”“搬家（也）是一件挺麻烦的事。”

3、会话学习1-2

4、补充词语1-42, 再补充词语1-11

5、课文讲解《买房与租房》

教学难点：1、“A什么呀……”表示否定A的性质，后面加理由

2、“如果……就……”表示条件和结果，可以对比“就”的其他用法

3、“……就是……”表示前面的是“好处”后面的是不好的地方

4、“对N来说……”表示N认为怎么样

商务文化：1、中国的房地产市场简况

2、选择房子考虑的方面：大小、地段、朝向、价格

3、买房与租房的比较：长住暂住，经济因素，文化因素

交际活动：1、意愿表达，并补充细节

2、讨论租房与买房的利弊

3、角色扮演：房东与租客

口头作文：1、介绍电费单（发票）的内容——这张电费单……

2、介绍教室的大小、朝向、装修等情况（设想出租为办公室）

第三课 我想请保姆

教学目标：1、掌握保姆的工作任务：洗烫衣服，打扫卫生，购物做饭。

2、掌握请保姆的环节：家政公司，服务范围，语言要求，付费方式，工资数目。3、了解钟点工的情况。4、食品说明的感知。5、询问保姆情况语段的思路。6、有关语法知识。

教学重点：1、词语1-27, 专有名词1-2

2、句型“我们是按小时收费。”“要帮我洗衣服、烫衣服……”
“我得去涉外家政公司找保姆。”

3、会话学习1-2

4、补充词语1-33

5、课文讲解《钟点工》

教学难点：1、“N真好！”表示强调

2、“把N₁看作N₂”表示“认为N₁就是 N₂”

3、“把”字句：N₁+V+N₂ → N₁+把+N₂+V……

4、“由N……”表示强调做一件事的N

商务文化：1、保姆发展为住家保姆和钟点工

2、保姆的工作范围、工作方式

3、一般保姆的来源、背景与特点

交际活动：1、打电话请一位保姆：说明对年龄、性别、服务内容的要求

2、向找到的保姆说明你的工作要求

3、介绍你所在国家（或了解的国家）的保姆市场

应用写作：写一个产品说明

第四课 公务出差

教学目标：1、掌握出差的要素：往返行程，机票预订，旅馆预订，证物携

带。2、掌握出入海关的环节：护照出示，物品申报等。3、了

解不同国家的市场文化：在中国怎样销售电子产品。4、京津沪

渝浙苏鲁粤等中国行政区的简称。5、火车票、出租车票的感

知。6、语义场感知：订票、取票、购票、送票、退票、改票。

7、有关语法知识。

教学重点：1、词语1-25

2、句型“订商务舱、头等舱还是经济舱？”“请问有没有特价（优惠）票？”“（请）你通知他们我到达的确切时间！”

3、会话学习1-2

4、补充词语1-47，补充专有名词1

5、课文讲解《入乡随俗》

教学难点：1、“我看……”表示“我认为”，后面一般跟一个句子或者句子似的短语

2、“除了N以外，……还 / 也（都）……”表示所有的N有相同点。比较“除了N以为，……都不……”表示只有N有某个属性，别的对象没有

商务文化：1、商务出行的“预订文化”：机票、宾馆、会面时间、有关目的等

2、电器市场竞争的特点：规模化、连锁化

3、中国文化的“人气”特点

交际活动：1、打电话订一间酒店房间：入住时间、天数、标准、付款方式

2、突然接到出差任务，怎样与父母联系、让他们放心？

口头作文：介绍中国的“外形”和主要省区市的位置

第二单元 商务办公相关

第五课 在办公室

教学目标：1、掌握打电话接电话的商务惯例。2、掌握电话沟通的礼貌与信息二要素。3、了解商务工作人员（即白领）的“朝九晚五”之外的生活，为建立友好合作关系打下基础。4、通知、留言和工作日程的感知。5、感知商务人员工作与休闲既有联系又有区别的特点，以便商务活动做到“和谐对接”。6、有关语法知识。

教学重点：1、词语1-17，专有名词1

2、句型“我们不得不……”“张总回来后我转告他。”“别忘了，今晚有一个应酬。”“您看什么时候对您比较合适 / 觉得方便？”

3、学习会话1-2

4、补充词语1-23

5、课文讲解《白领的周末生活》

教学难点：1、“V一下”表示动作时间短，或者在没有压力、轻松愉快的情

况下做一事。对比“VV”结构（第一课）

2、“对N来说……”表示有限判断——“N认为……”。对比第二课的相似内容：如果N是“我”，表示我认为；如果N是其他人或对象，表示“我认为其他人或对象会认为……”

3、“AA”重叠（aa, aabb）表示性质加深

4、“并不（是）/ 没……”表示否定的强调

商务文化：1、“应酬文化”：除了在办公室沟通交流，商务活动也可以延伸到“八小时以外”，这往往有更好的效果

2、商务电话与生活电话的差别

3、商务人员“充实”的周末

交际活动：1、分组进行电话交流

2、介绍你国家人们的周末生活

3、小型辩论：手机应该二十四小时开着吗？

应用写作：写通知

第六课 求职与应聘

教学目标：1、掌握求职需要提供的信息及重点：年龄，学历，经验，能力，诚意。2、掌握告知职业信息的内容：试用期时间，试用期情况，转正条件，转正待遇。3、了解求职面试的过程和注意事项：着装，问答，淡化薪水要求。4、个人简历的学习制作。5、中国人才市场和求职应聘的特点。6、有关语法知识。

教学重点：1、词语1-39，专有名词1-2

2、句型“我觉得自己的能力发挥不了。”“如果……再……”“……只有……没有……”“我们相信你的能力和诚意”

3、会话学习1-2

4、补充词语1-25，补充专有名词1

5、课文讲解《面试经历》

- 教学难点：**1、“V得了”/“V不了”表示有能力 / 没有能力做某件事
2、“被”字句：N₁+V+N₂ → N₂+被N₁+V……
3、“如果……（的话）……再……”表示有某个条件再做某件事（没有条件就不做），口语中常用。比较“如果……就……”“如果……才……”“……的话……就……”
- 商务文化：**1、求职应聘的方式：信函，网络，人才交流会
2、面试要点：了解公司，确定职位，得体穿着，诚意答问
3、中国人才市场简况
- 交际活动：**1、做一个自我推销的演示
2、模拟面试
- 应用写作：**写个人求职简历

第七课 职员培训

- 教学目标：**1、掌握职员培训的安排通知。2、掌握培训的主要内容：公司情况，业务发展，经营理念，企业文化。3、了解一个公司（西门子子公司）的培训计划和内容。4、传真文件和感谢信的感知。5、企业培训的环节：培训对象，培训内容，培训时间，培训地点。6、有关语法知识。
- 教学重点：**1、词语1-23
2、句型“对员工学习培训是我们公司的惯例。”“公司最近几年的成绩令人瞩目。”“（想参加培训的人员）根据自己的需要，提出申请。”
3、学习会话1-2
4、补充词语1-25，补充专有名词1-3
5、课文讲解《西门子子公司独特的培训计划》
- 教学难点：**1、正确结构“对员工进行培训”，错误结构“对员工培训”
2、“既a又b”表示a、b同时存在

3、书面语体惯用法：“根据……”；成语“令人瞩目”

商务文化：1、入职培训

2、职业培训

3、创新能力培训

4、内部培训与外包培训

交际活动：1、讨论说明职员培训与学校教育的同异

2、谈谈新员工培训的主要内容

应用写作：写一封上次出差得到ABC公司接待的感谢信

第八课 召开会议

教学目标：1、掌握会议的组织：确定议题，准备文件，时间会场，参加人员。2、掌握议题为“市场定位”的会议需要解决的问题。3、掌握议题为“扩大市场份额”的会议需要解决的问题。4、了解旧车市场的基本情况。5、市场调查报告书的感知。6、有关语法知识。

教学重点：1、词语1-41

2、句型“我们公司应该加快这类车的研发。”“C公司一向以开发力著称。”“我们的销售业绩是有目共睹的。”“第三季度的销售额勉强与去年同期持平。”

3、会话学习1-2

4、补充词语1-36

5、课文讲解《二手车的商机》

教学难点：1、书面语体惯用法：“以……著称”“有目共睹”；专业词语“市场份额”“销售业绩”

2、书面化简称“研发”“持平”“销售额”“开发力”

3、各种准确的表示方法：数字、百分比，“勉强”

4、“是”字句表示确定的判断

- 5、“一向”表示从过去到现在（没有变化）
- 6、“V下去”表示动作的持续不断
- 7、“不是……吗？”反问句表示强调相反的意思

商务文化：1、会议的作用：事情重要，现场交流，充分沟通，立即决策
2、其他形式的会议：电话会议，电视会议，网络会议

交际活动：1、模拟会议：讨论班级活动，确定活动事项

写作活动：家乐福市场调查及报告（品种、价格、销量）

第三单元 商务业务相关

第九课 广告宣传

教学目标：1、掌握广告在商务活动中作用。2、掌握广告业务的要素：广告主，媒介，广告目标，广告创意，广告价格。3、了解中国广告市场的基本情况。4、感知广告文本实例：招聘广告，租房广告，买自行车的广告。5、补充广告的概念、内涵、宗旨、功能。6、补充广告主要形式。7、有关语法知识。

教学重点：1、词语1-21，专有名词1-2
2、句式“依我看，让利销售不如做广告宣传。”“我们希望成为贵公司的常年客户。”“请问一下，贵公司的收费标准是多少？”
3、会话学习1-2
4、补充词语1-23，补充专有名词1-2
5、课文讲解《中国广告业面临重新定位》

教学难点：1、专业词语：品牌，让利销售，常年客户
2、“依我看……”表示“我认为”，书面用法
3、“X不如Y……”表示X没有Y……，后面可以加A也可以加V

商务文化：1、广告时代
2、广告与明星
3、广告制造品牌

交际活动：1、为某个产品（手机）设计一个简单的广告
2、讨论一些公司为什么要做“讨厌的广告”（如不断重复、直接叫卖）

写作活动：写一个招聘学习伙伴（partner）的广告并验证效果

第十课 商务谈判

教学目标：1、掌握商品询价、议价与报价、保价的表达方法。2、掌握交款方式、时间的沟通协商。3、了解首次报价的产品与销售策略。4、感知有关商务法规的文本文辞（《所得税法（草案）》）。5、补充价格谈判的几种因素：成本，数量，价格，付款方式。6、补充商务谈判心理因素。7、有关语法知识。

教学重点：1、词语1-17，专有名词1
2、句式“这几年我们的T恤衫销路一直很好。”“分公司在经济上是独立核算的。”“每打93美元是我们的底价。”
3、会话学习1-2
4、补充词语1-17
5、课文讲解《如何在谈判中报价》

教学难点：1、“X（不）必Y……”，也是一个常用比较句式
2、专业词语：销路，风险，独立核算，底价
3、“一直”表示从过去到现在。比较“一向”

商务文化：1、报价与议价
2、商务往来的价格谈判与零售价格还价的差异
3、商务价格与销售数量及付款时间紧密相关

交际活动：1、介绍自己的议价经历
2、模拟商务谈判

写作活动：以生产成本、包装成本、运输成本为基础，写一个商品（如啤酒）的价格报告

第十一课 签订合同

教学目标：1、掌握合同的要素：合同双方，品名，数量，单价，总价，交货方式与时间，付款方式。2、掌握签订跨国商贸合同的注意事项：国别文本，通用文本，签署实名，互换留存。3、了解格式合同样式（房屋租赁合同）。4、感知产品代理合同书。5、补充格式合同有关知识。6、补充合同法有关知识。7、有关语法知识。

教学重点：1、词语1-20

2、句式“重合同、守信用一向是我们公司的传统。”“我们想借这个机会感谢贵公司。”“我们相信合同会顺利执行的。”

3、学习会话1-2

4、补充词语1-28

5、课文讲解《房屋租赁合同》

教学难点：1、“本N”表示“这个、自己的”，书面用语

2、“借N”表示“利用”（不是专门的、不是特意的），礼貌用语

3、专业词语：文本，贵公司

4、行为主语：“重合同、守信用”

5、“被”的省略：合同会顺利执行的

商务文化：1、书面合同与口头协定（“君子协议”）

2、格式合同与协议合同

3、合同法

交际活动：1、说明签订合同的要件

2、格式合同与协议合同的差别是什么

写作活动：写一个简要的合同（合同双方、标的、价格、付款方式等）

第十二课 销售与服务

教学目标：1、掌握销售商品的基本技巧：回答咨询，介绍功能，推荐产

品, 促销措施。2、掌握保修服务, 在售后服务中强化商机。
3、了解销售产品的有力“武器”——微笑, 这也是销售以外人生的“法宝”。4、感知产品(空调)保修单的样式。5、补充销售理念。6、补充销售手段: 服务拉动产销。7、有关语法知识。

教学重点: 1、词语1-18

2、句式“您在这个星期买是很合算的。”“我看重的就是你们的售后服务。”“售后服务直接关系到公司的形象和声誉。”“微笑是全世界最好的语言。”

3、会话学习1-2

4、补充词语1-21

5、课文讲解《微笑是最好的语言》

教学难点: 1、“只要……就……”表示某种条件

2、“怎么能拒绝”: 不能拒绝——内置双重否定

3、“无论……都(也)……”表示不受条件影响, 会做某件事

4、专业词语: 售后服务, 免费上门, 公司声誉

5、修辞用法: 微笑是语言

商务文化: 1、服务的理念: 顾客是上帝; 顾客永远不会错

2、服务的能力: 设计产品, 组织生产, 销售服务

3、服务的阶段: 售前服务, 售中服务, 售后服务, 售外服务

交际活动: 1、扮演产品推销员

2、讨论“跪”式服务

写作活动: 拟定五条产品服务条款

第四单元 商务文化相关

第十三课 商务礼仪

教学目标: 1、掌握一般商务友朋喝咖啡的基调: 休闲, 聊天, 开开玩笑, 展示个性。2、掌握商务友朋喝酒聚餐的言辞、习惯。3、了解

中国的“吸烟文化”。4、感知中国拜访、迎送的习俗。5、补充“茶文化”。6、补充“礼节习俗”。7、有关语法知识。

教学重点：1、词语1-17, 专有名词1-3

2、句式“你还别说，还真有不少这样的人。”“总算把你盼来了。”“请大家多多包涵。”

3、学习会话1-2

4、补充词语1-32, 补充专有名词1

5、课文讲解《说烟》

教学难点：1、“这真是难以想象”：“难以V / A”表示不能V / A

2、“您还别说……”表示赞同对方的观点或者委婉表达自己的观点

3、“不妨V”委婉表示可以V、应该V

4、“害我们等了半天”：“害”委婉表示一方让另外一方做了“不舒服”或者“不应该”的事情

5、修辞用法：“罚酒三杯”、“感情深，一口闷”、“铁哥们儿”

6、“科学家警告于前，政府限制于后”表示强调，书面用语

商务文化：1、中国的待客之道：“请茶”“奉烟”“敬酒”“留饭”

2、中国的交友之道：多走动，有来往，长相送，有礼物

交际活动：1、讨论敬酒和罚酒的理由

2、模拟圆桌宴会

3、形体语言：注目、挥手、拱手、作揖、万福、跪拜，酒令、猜枚

写作活动：1、草拟祝酒词

2、口头介绍拜访与迎送的习俗

第十四课 企业文化

教学目标：1、掌握企业的核心：理念，精神。2、掌握企业凝聚力的

来源：关注关心——生日祝贺、生病探望、遇难帮扶。3、了解企业（联想集团）文化的表述。4、补充企业的文化系统CIS。5、补充企业的文化传递PR。6、感知中国人的宴请与送礼。7、有关语法知识。

教学重点：1、词语1-12

2、句式“谁没有困难的时候？”“这个周末我抽空去看看他。”“碰上上下班高峰，车就会很堵了。”

3、会话学习1-2

4、补充词语1-25

5、课文讲解《联想集团的理论和格言》

教学难点：1、“……迟早……”表示一定会、最后会

2、“一个公司，就是一个大家庭”——中国的“家本位”伦理观

3、“彼此”表示双方，“彼此彼此”表示我和你一样、大家一样

4、“没有好的管理机制就没有好的企业凝聚力”<——“如果没有好的管理机制，（企业）就没有好的凝聚力”

商务文化：1、“请客吃便饭”：请客人吃很多菜+喝酒+长时间聊天

2、“礼尚往来”：礼物与红包

3、品牌价值：企业CIS

交际活动：1、介绍几个企业的理念、格言、广告语

2、从文化角度讨论应酬的利弊

3、评论中国请客送礼的习俗

写作活动：1、选定一家企业拟广告词

2、选定一个产品设计VI

第十五课 金融市场

教学目标：1、掌握基金的性质、类别。2、掌握理财的概念、方式。3、了解外资银行在中国的发展。4、感知借条收据的样式。5、补

充股票市场。6、补充黄金市场。7、有关语法知识。

教学重点：1、词语1-18

2、句式“我觉得股市风险太大。”“买基金省事多了。”“要组合投资，减少风险。”

3、学习会话1-2

4、补充词语1-19，补充专有名词1-3

5、课文讲解《外资银行跑步进入中国金融服务业》

教学难点：1、“可不（是嘛），其实……”表示反问。与“您还别说……”比较

2、中文大写数字：壹、贰、叁、肆、伍、陆、柒、捌、玖、拾、百、千、万、亿

商务文化：1、产业概念：原料生产，产品生产，服务提供

2、第三产业：金融市场（银行、股市、金市、期市）

交际活动：1、投资理财

2、模拟借贷

写作活动：写借条或者收条

第十六课 商务应用文

教学目标：1、掌握商务文章的功能和分类。2、掌握简单商务文体的结构（如请柬）、信息。3、了解商务应用文范例（询价函、报价函、议价函）。4、进一步感知商务应用文范例（转账通知、订货确认函、寄货告知函、票据通知函等）。5、有关语法知识。

教学重点：1、词语1-17

2、句式“你还真有两下子！”“我在学习如何写商务信函。”“书面语尤其要注意礼貌得体。”“生意不成，友情在。”

3、会话学习1-2

4、补充词语1-16，补充专有名词1-2

5、课文讲解《商务应用文范例》

教学难点：1、“你真有两下子！”表示感叹对方有能力、很“厉害”，口语用语

2、书面词语：得体，信函，敝人，贵公司，该市场，谨希，望海涵

3、书面语句：生意不成，友情在；承蒙……深表……

商务文化：1、书面语的作用：简洁，凝练，有力

2、文件、文本是商务交往的依据

3、产品设计、商业策划书、广告文案、销售手册

交际活动：1、口头交流：双向应用文（如询价——报价，订货——发货）

2、模拟市场交易活动

写作活动：写一个邀请函

4.8 教学安排与课时

| 项目 周次 | 教学内容 | 综合课课时安排 | 合计 |
|----------|-----------|---|------|
| 第一周 | 第一课 接风洗尘 | 1、词语1-38专有名词 4课时 2、句型 3、会话学习1-2 2课时 4、补充词语1-31 4课时 5、课文 (text) 讲解 2课时 | 12课时 |
| 第二周 | 第二课 哪儿有房租 | 1、词语1-24专有名词 4课时 2、句型 3、会话学习1-2 2课时 4、补充词语1-53 4课时 5、课文讲解 2课时 | 12课时 |
| 第三周 | 第三课 我想请保姆 | 1、词语1-27专有名词 4课时 2、句型 3、会话学习1-2 2课时 4、补充词语1-33 4课时 | 12课时 |

| | | | | |
|------|-----------|---|------------------------------|------|
| | | 5、课文讲解 | 2课时 | |
| 第四周 | 第四课 公务出差 | 1、词语1-25 2、句型 3、会话学习1-2 4、补充词语1-47 5、课文讲解 | 4课时 2课时 4课时 2课时 | 12课时 |
| 第五周 | 第五课 在办公室 | 1、词语1-17专有名词 2、句型 3、会话学习1-2 4、补充词语1-23 5、课文讲解 | 4课时 2课时 4课时 2课时 | 12课时 |
| 第六周 | 第六课 求职与应聘 | 1、词语1-39专有名词 2、句型 3、会话学习1-2 4、补充词语1-25 5、课文讲解 | 4课时 2课时 4课时 2课时 | 12课时 |
| 第七周 | 第七课 职员培训 | 1、词语1-23专有名词 2、句型 3、会话学习1-2 4、补充词语1-25 5、课文讲解 | 4课时 2课时 4课时 2课时 | 12课时 |
| 第八周 | 第八课 召开会议 | 1、词语1-41 2、句型 3、会话学习1-2 4、补充词语1-36 5、课文讲解 | 4课时 2课时 4课时 2课时 | 12课时 |
| 第九周 | 复习及期中考试 | | | 12课时 |
| 第十周 | 第九课 广告宣传 | 1、词语1-21专有名词 2、句型 3、会话学习1-2 4、补充词语1-23 5、课文讲解 | 4课时 2课时 4课时 2课时 | 12课时 |
| 第十一周 | 第十课 商务谈判 | 1、词语1-17专有名词 2、句型 3、会话学习1-2 4、补充词语1-17 5、课文讲解 | 4课时 2课时 4课时 2课时 | 12课时 |

| | | | |
|------|------------|---|------|
| 第十二周 | 第十一课 签订合同 | 1、词语1-20专有名词 4课时 2、句型 3、会话学习1-2 2课时 4、补充词语1-28 4课时 5、课文讲解 2课时 | 12课时 |
| 第十三周 | 第十二课 销售和服务 | 1、词语1-18 4课时 2、句型 3、会话学习1-2 2课时 4、补充词语1-21 4课时 5、课文讲解 2课时 | 12课时 |
| 第十四周 | 第十三课 商务礼仪 | 1、词语1-17专有名词 4课时 2、句型 3、会话学习1-2 2课时 4、补充词语1-32 4课时 5、课文讲解 2课时 | 12课时 |
| 第十五周 | 第十四课 企业文化 | 1、词语1-12 4课时 2、句型 3、会话学习1-2 2课时 4、补充词语1-25 4课时 5、课文讲解 2课时 | 12课时 |
| 第十六周 | 第十五课 金融市场 | 1、词语1-18 4课时 2、句型 3、会话学习1-2 2课时 4、补充词语1-19 4课时 5、课文讲解 2课时 | 12课时 |
| 第十七周 | 第十六课 商务应用文 | 1、词语1-17 4课时 2、句型 3、会话学习1-2 2课时 4、补充词语1-16 4课时 5、课文讲解 2课时 | 12课时 |
| 第十八周 | 复习及期终考核 | | 12课时 |

参考文献

- 常宝儒, 《汉语语言心理学》, 北京: 知识出版社, 1999
- 陈光磊, 《关于对外汉语教学建设目标的献议》, 北京: 外语教学与研究出版社, 2000
- 陈莉萍, 《专门用途英语研究》, 上海: 复旦大学出版社, 2000
- 陈时见, 《课程与教学理论和课程与教学改革》, 桂林: 广西师范大学出版社, 1999
- 丁安琪, 《近20年中国大陆出版的商务汉语教材发展述评》, 澳门: 首届世界汉语教育史国际研讨会暨世界汉语教育史研究学会成立大会论文, 2004
- 方福前, 《“中国经济学教育回顾与展望”主题研讨会的发言》, 北京2005年6月27日
- 何兆熊, 《新编语用学概要》, 上海: 上海外语教育出版社, 2000
- 洪玮, 《试谈多媒体在商业汉语教学中的应用》, 北京: 《世界汉语教学》2001(4)
- 李忆民, 《视听说对外汉语教材编制初探——〈国际商务汉语〉的总体构想与编制原则》, 延边: 《汉语学习》, 1999 (1)
- 李忆民, 《国际商务汉语》, 北京: 北京语言文化大学出版社, 1997
- 梁镛、钱敏汝, 《专业语研究中的几个主要理论问题》, 北京: 《国外语言学》1991(1)
- 刘丽瑛, 《经贸汉语教学初探》, 北京: 《世界汉语教学》1999(1)
- 钱冠连, 《汉语文化语用学》, 北京: 清华大学出版社, 1997
- 钱敏汝, 《经济交际学纵横观》, 北京: 《国外语言学》1997(2)
- 钱敏汝, 《跨文化经济交际及其对外语教学的意义》, 北京: 《外语教学与研究》1997(4)
- 佟乐泉, 《对外汉语教学中几个语言学习问题》, 北京: 《语言文字应用》1997(1)
- 万谊娜, 《对外商务汉语与基础性对外汉语的教学比较》, 昆明: 《云南师范大学

- 学报》2004 (6)
- 王慧玲、卢惠惠, 《语言学理论与商务汉语教学研究》, 上海: 学林出版社, 2009
- 王士元, 《在中文电化教学国际研讨会上的开幕词》, 北京: 《世界汉语教学》1995 (3)
- 王晓升, 《语言与认识》, 北京: 中国人民大学出版社, 1994
- 吴仁甫, 《对外汉语一对一个别教授研究》, 北京: 中国社会科学出版社, 2002
- 邢公畹, 《论语言的深层结构和对外汉语教学》, 北京: 《语言文字应用》1996 (2)
- 许嘉璐, 《汉语规范化和对外汉语教学》, 北京: 《语言文字应用》1997 (1)
- 杨东升, 《商务汉语教材编写初探》, 沈阳: 《沈阳辽宁工学院学报》2003 (1)
- 袁建民, 《关于“商务汉语”课程、教学和教材的设想》, 昆明: 《云南师范大学学报》2004 (2)
- 张黎, 《商务汉语教学需求分析》, 北京: 《语言教学与研究》, 2006 (3)
- 章兼中, 《国外外语教学法主要流派》, 上海: 华东师范大学出版社, 1983
- 张永昱, 《新一代商务汉语教材建设的初步构想》, 哈尔滨: 《东北财经大学学报》2004 (4)
- 赵金铭, 《对外汉语教材创新略论》, 北京: 《世界汉语教学》1997 (2)
- 周思源、林国立, 《对外汉语教学与文化》, 北京: 北京语言文化大学出版社, 1997
- 朱黎航, 《商务汉语的特点及其教学》, 广州: 《暨南大学华文学院学报》2003 (3)
- 朱务诚, 《商务英语对汉语的影响》, 北京: 《国际商务研究》2003(1)

〈Abstract〉

The Teaching Model of Business General knowledge :
Based on the Teaching of Chinese as a Foreign Language Education

Fang Zhenping

The education of the Teaching of Chinese as A Foreign Language has been forwarding to professional, industry-oriented development, including business Chinese language teaching as the pacesetter. In this paper, Chinese language teaching model for business general knowledge has been set up based on the theoretical study, in which education location and education content built upon the department of Chinese as a foreign language teaching departments and colleges.

Key Words : Chinese Teaching, Business Chinese, Business General knowledge, Education Location, Education Content, Education Method, Teaching Model

투 고 일 : 2010. 9. 10. / 심 사 일 : 2010. 9. 20. ~ 2010. 10. 10. / 게재확정일 : 2010. 10. 15.