**广东省高等教育自学考试《跨文化商务交际（英语）》课程考试大纲**

**（课程代码：13957）**

**Ⅰ 课程性质与课程目标**

**一、课程性质和特点**

本课程通过案例使学生了解跨文化交际的基本理论和概念，认识文化差异及其在国际商务环境中造成的交流障碍，旨在提高学生的跨文化商务交际能力，拓宽学生的国际视野和帮助学生解决在跨文化商务交际中因文化的差异而产生的种种问题。通过学习本课程，使学生了解如何在国际商务交际中有效的沟通、如何有效地开展跨文化商务活动、以及文化因素在跨国企业管理和经营中的作用。同时培养学生的文化敏感度，提升跨文化沟通能力，进行卓有成效的跨文化商务交际活动，打造成为既懂外语又懂商务的高级复合型人才。

**二、课程目标**

修完该课程，学生应达到以下能力：

1） 商务英语语言技能：

掌握商务英语的听、说、读、写、译等基本技能，能够准确、流畅、得体地使用英语在商务语境中进行沟通和协调，具备较强的商务英语综合运用能力。

2）跨文化商务交际能力：

具有国际视野，熟悉国际商务礼仪，通晓国际惯例和中外文化，能够按照国际惯例从事各种国际商务活动，具有商务接待与谈判能力，具备跨文化思维能力和跨文化适应能力，能够在国际背景下有效地开展商务交流与合作。

**三、与相关课程的联系与区别**

《跨文化商务交际（英语）》与《欧洲文化入门》课程同属于文化类课程。两门课程都以训练提高学生的英语语言能力为基础，结合文化差异的习得，培养学生的跨文化敏感性，客观鉴别他国文化的能力，同时增强文化自信，为用外语传播中国文化打下基础。《跨文化商务交际（英语）》课程侧重文化差异在国际商务中的重要性，培养学生关注"自身"文化与外国文化是如何影响跨文化商务交际，增强学生的跨文化敏感性，锻炼学生解决商务领域问题的能力。《欧洲文化入门》主要以英美为例，涵盖地理、历史、文学等文化领域，夯实语言基础的同时扩大学生知识面，增进学生对西方思维方式及文化表现形式的了解，是《跨文化商务交际（英语）》的前修课程。

**四、课程的重点和难点**

本课程的重点是结合跨文化理论进行案例分析，国际商务背景下运用英语沟通和解决问题的能力。难点在于国际商务活动中的跨文化交际意识和能力的提升。

**Ⅱ 考核目标**

本大纲在考核目标中，按照识记、领会、简单应用和综合应用四个层次规定其应达到的能力层次要求。四个能力层次是递进关系，各能力层次的含义是：

识记：要求考生能够掌握相关的词汇、句法、篇章等英语语言知识。

领会：理解跨文化沟通的理论。

简单应用：能熟练运用英语阐述跨文化商务交际的相关理论并进行案例分析。

综合应用：具备跨文化商务交际意识并能运用相关理论解决跨国商务活动中的问题。

**Ⅲ 课程内容与考核要求**

Unit 1 Culture, Communication, Intercultural Communication

**一、学习目的与要求**

了解跨文化交际在跨国商务活动中的重要性；掌握跨文化交际学的基本理论框架和概念；商务活动中具备跨文化意识。

**二、课程内容**

1.1 Culture

1.2 Communication

1.3 Intercultural Communication

1.4 Case Study

**三、考核知识点与考核要求**

识记：文化、沟通和跨文化沟通方面的词汇、句法、篇章等英语语言知识

领会：理解跨文化交际的基本理论和框架

简单应用：结合相关理论阐述文化在商务活动中的重要性

综合应用： 国际商务活动中具备跨文化交际的意识

**四、本章重点、难点**

重点：结合理论进行案例分析

难点：国际商务活动中的跨文化交际意识和能力的提升

Unit 2 Communication Between Cultures: Verbal Communication

**一、学习目的与要求**

了解跨文化交际中言语的重要性；理解跨文化交际学中言语沟通和文字沟通的区别，理解爱德华霍尔的高语境和低语境的内涵；掌握高低语境文化中言语交际的策略。

**二、课程内容**

2.1 Verbal Communication

2.2 Oral Communication

2.3 Written Communication

2.4 Case Study

**三、考核知识点与考核要求**

识记：言语交际相关方面的词汇、句法、篇章等英语语言知识

领会：理解高低语境的概念和内涵

简单应用：结合案例阐述语言和文化的关系

综合应用： 运用相关理论解决国际商务活动中因文化不同产生的误解和冲突

**四、本章重点、难点**

重点：结合理论进行案例分析，运用英语沟通和解决商务活动中的问题

难点：国际商务活动中具备使用不同言语交际和书面交际策略的意识

Unit 3 Communication Between Cultures：Nonverbal Communication

**一、学习目的与要求**

了解跨文化交际中非言语的重要性；理解非言语交际涉及的领域；掌握身体语言、空间和距离的运用策略。

**二、课程内容**

3.1 Nonverbal Communication

3.2 Kinesics

3.3 Space and Distance

3.4 Case Study

**三、考核知识点与考核要求**

识记：非言语交际相关方面的词汇、句法、篇章等英语语言知识

领会：理解非言语交际的概念和内涵

简单应用：结合案例阐述身体语言、空间和距离的运用策略

综合应用： 运用相关理论解决国际商务活动中因文化不同产生的误解和冲突

**四、本章重点、难点**

重点：结合理论进行案例分析，运用英语沟通和解决商务活动中的问题

难点：国际商务活动中具备使用非言语交际策略的意识

Unit 4 Contrasting Cultural Values

**一、学习目的与要求**

了解跨文化交际中文化价值的定义和特性；理解Hofstede的文化维度理论及其内涵；掌握使用六个文化维度分析文化差异的方法。

**二、课程内容**

4.1 Cultural Values

4.2 Cultural Dimensions

4.3 Case Study

**三、考核知识点与考核要求**

识记：文化价值和文化维度相关的词汇、句法、篇章等英语语言知识

领会：理解文化价值和文化维度的概念和内涵

简单应用：结合案例阐述国际贸易中文化价值的考量

综合应用： 运用相关理论理解并解决国际商务活动中因文化不同产生的误解和冲突

**四、本章重点、难点**

重点：结合理论进行案例分析，运用英语沟通和解决商务活动中的问题

难点：国际商务活动中具备文化价值和文化维度视角

Unit 5 Culture Shock in International Communication

**一、学习目的与要求**

了解跨文化交际中文化冲突产生的原因；理解文化冲突产生的阶段和症状；掌握消除文化冲突的方法。

**二、课程内容**

5.1 Feelings of Culture Shock

5.2 Stages of Culture Shock

5.3 Symptoms of Culture Shock

5.4 Curing Culture Shock

5.5 High-context and Low-context Cultures

5.6 Case Study

**三、考核知识点与考核要求**

识记：文化冲突相关的词汇、句法、篇章等英语语言知识

领会：理解文化冲突的概念和内涵

简单应用：结合案例阐述国际贸易中的文化冲突

综合应用： 运用相关理论理解并解决国际商务活动中因文化不同产生的误解和冲突

**四、本章重点、难点**

重点：结合理论进行案例分析，运用英语沟通和解决商务活动中的问题

难点：国际商务活动中避免文化冲突的意识

Unit 6 Business Etiquette and Social Customs

**一、学习目的与要求**

了解跨文化商务交际中具体的几种商务礼仪和社会习俗；理解尊重对方商务礼仪和社会习俗的必要性；能分析解决国际商务活动中因不了解礼仪习俗产生的冲突。

**二、课程内容**

6.1 Introductions and Greetings

6.2 Handshaking and Exchanging Business Cards

6.3 Dressing and Dining

6.4 Social Customs

6.5 Gift Giving and Receiving

6.6 Humor, Superstitions and Taboos

6.7 Case Study

**三、考核知识点与考核要求**

识记：礼仪习俗相关的词汇、句法、篇章等英语语言知识

领会：理解各国的礼仪习俗的区别

简单应用：结合案例阐述国际商务活动中因不同礼仪习俗产生冲突

综合应用： 运用相关理论理解并解决国际商务活动中因文化产生的冲突

**四、本章重点、难点**

重点：结合理论进行案例分析，运用英语沟通和解决商务活动中的问题

难点：国际商务活动中尊重各国礼仪习俗的意识

Unit 7 Business Negotiation across Cultures

**一、学习目的与要求**

了解文化差异对跨文化商务谈判的影响；理解谈判的步骤和策略；能根据文化特点采用合适的策略进行谈判。

**二、课程内容**

7.1 Communication in Negotiation

7.2 The Influence of Cultural Differences on Negotiation

7.3 Negotiation Strategies

7.4 Physical Context of Negotiation

7.5 Phases of Negotiation

7.6 Case Study

**三、考核知识点与考核要求**

识记：谈判相关的词汇、句法、篇章等英语语言知识

领会：理解各国的文化差异在谈判中的体现

简单应用：结合案例阐述国际谈判策略

综合应用： 运用相关理论理解并解决国际谈判中因文化产生的冲突

**四、本章重点、难点**

重点：结合理论进行案例分析，运用英语沟通和解决商务活动中的问题

难点：国际谈判中具备跨文化交际的意识

Unit 8 Intercultural Management

**一、学习目的与要求**

了解国际商务管理中的文化因素；理解跨国公司管理中尊重公司文化、团队建设、营销策略等内容；能根据文化特点采用合适的管理方法。

**二、课程内容**

8.1 Cultural Factors in International Business Management

8.2 Corporate Culture

8.3 Development of Teamwork

8.4 Strategies for International Marketers

8.5 Case Study

**三、考核知识点与考核要求**

识记：管理相关的词汇、句法、篇章等英语语言知识

领会：理解各国的文化差异在管理中的体现

简单应用：结合案例阐述跨国公司管理策略

综合应用： 运用相关理论理解并解决跨国管理中因文化产生的冲突

**四、本章重点、难点**

重点：结合理论进行案例分析，运用英语沟通和解决商务活动中的问题

难点：跨国管理中具备跨文化交际的意识

**Ⅳ 关于大纲的说明与考核实施要求**

**一、自学考试大纲的目的和作用**

课程自学考试大纲是根据专业自学考试计划的要求，结合自学考试的特点而确定。其目的是对个人自学、社会助学和课程考试命题进行指导和规定。

课程自学考试大纲明确了课程学习的内容以及深广度，规定了课程自学考试的范围和标准。因此，它是编写自学考试教材和辅导书的依据，是社会助学组织进行自学辅导的依据，是自学者学习教材、掌握课程内容知识范围和程度的依据，也是进行自学考试命题的依据。

**二、课程自学考试大纲与教材的关系**

课程自学考试大纲是进行学习和考核的依据，教材是学习掌握课程知识的基本内容与范围，教材的内容是大纲所规定的课程知识和内容的扩展与发挥。

**三、关于自学教材**

《跨文化商务交际》，王维波, 车丽娟主编，外语教学与研究出版社，2008年第1版。

**四、关于自学要求和自学方法的指导**

本大纲的课程基本要求是依据专业考试计划和专业培养目标而确定的。课程基本要求还明确了课程的基本内容，以及对基本内容掌握的程度。基本要求中的知识点构成了课程内容的主体部分。因此，课程基本内容掌握程度、课程考核知识点是高等教育自学考试考核的主要内容。

为有效地指导个人自学和社会助学，本大纲已指明了课程的重点和难点，在章节的基本要求中一般也指明了章节内容的重点和难点。

本课程共 4学分。

自学方法：

1. 重视词汇的积累

自学者应重视每章话题相关词汇的积累，夯实英语理解和表达的基本技能。文化的学习也是为了更好地习得语言，自学者应掌握更扎实的英语沟通能力，同时在国际商务背景下为中国文化的传播奠定基础。

1. 注重用英语语言技能沟通和解决问题的能力

学生应具备一定的英语表达能力，结合跨文化理论基础，通过案例的分析，提升在国际商务活动中的沟通能力和解决问题的能力。

1. 重视跨文化交际的基本理论

自学者应基于教材的框架，系统地学习跨文化交际的基本知识，阅读更多地跨文化交际相关教材，夯实理论基础，为商务活动中的跨文化能力和意识奠定基础

（四）具备跨文化交际意识和传播中国文化的意识

随着社会的不断发展，国家间的交流日益频繁，在商务交流活动中应有跨文化交际意识和传播中国文化的意识。

**五、对社会助学的要求**

1. 注意培养自学者的英语表达能力

助学者在辅导时应提供相关词汇、阅读和讨论的多样化语言训练，使学生更好提升熟练使用英语语言的能力。

1. 注意理论与现实结合

助学者应以教材为基础进行基本理论的讲解，为自学者提供真实的跨文化交际案例，从失败或成功的案例中理解掌握跨文化交际的理论。加深自学者对文化差异的理解和交际冲突产生原因的思考

1. 注意培养自学者的跨文化交际意识和解决问题的能力

助学者在辅导时应通过案例的学习和分析帮助自学者形成跨文化沟通意识，结合案例的实际情况鼓励自学者分析问题并解决问题。

1. 建议每章节助学6个学时

**六、对考核内容的说明**

1. 本课程考核要求考生学习和掌握的知识点内容都作为考核的内容，同时也考核学生跨文化交际理论的实际应用。课程中各章的内容均由若干知识点组成，在自学考试中成为考核知识点。因此，课程自学考试大纲中所规定的考试内容是以分解为考核知识点的方式给出的。由于各知识点在课程中的地位、作用以及知识自身的特点不同，自学考试将对各知识点分别按四个认知（或叫能力）层次确定其考核要求。

2. 在考试之日起6个月前，由全国人民代表大会和国务院颁布或修订的法律、法规都将列入相应课程的考试范围。凡大纲、教材内容与现行法律、法规不符的，应以现行法律法规为准。命题时也会对我国经济建设和科技文化发展的重大方针政策的变化予以体现。

**七、关于考试命题的若干规定**

1、本课程考试为闭卷笔试，考试时间150分钟，按百分制记分,60 分为及格。

2、本大纲各章所规定的基本要求、知识点及知识点下的知识细目，都属于考核的内容。考试命题既要覆盖到章，又要避免面面俱到。要注意突出课程的重点、章节重点，加大重点内容的覆盖度。

3、命题不应有超出大纲中考核知识点范围的题，考核目标不得高于大纲中所规定的相应的最高能力层次要求。命题应着重考核自学者对基本概念、基本知识和基本理论是否了解或掌握，对基本方法是否会用或熟练。不应出与基本要求不符的偏题或怪题。

4、本课程在试卷中对不同能力层次要求的分数比例大致为：识记占20%，领会占30%，简单应用占40%，综合应用占10%。

5、要合理安排试题的难易程度，试题的难度可分为：易、较易、较难和难四个等级。每份试卷中不同难度试题的分数比例一般为：2:3:3:2。

6、课程考试命题的主要题型一般有选择题、概念题、简答题、案例分析题等题型。

在命题工作中必须按照本课程大纲中所规定的题型命制，考试试卷使用的题型可以略少，但不能超出本课程对题型规定。

**附录 题型举例**

1. **选择题**
2. ( ) is the communication is within business and administration, aiming at a common objective and profitthe individuals and organizations.

A ethnocentrism

B intercultural communication

C horizontal communication

D business communication

1. **概念题**

Power distance

Power distance indicates the level of acceptance of the unequal distribution of power in an organization. The greater the distance of power, the more people accept the unequal distribution of power in society.

1. **简答题**

What are Hofstede’s cultural dimensions? Please explain them with examples.

1. **案例分析题**

1） Case—Culture’s Impact on Selecting Negotiators

Jeff, 32, having proved talented in marketing was sent to Japan to haggle about a projection. When he and his team were introduced to his Japanese partnering company’s executive team he could catch the quick and subtle doubting look from them, who look senior, at least at age, to Jeff’s. Jeff and his people were treated very well at the table --- they were greeted by bows, handshakes, polite smiles, but whenever Jeff tried to talk about the project, the Japanese counterpart would beat about the bush and Jeff’s team could not stand this slowness. However, after consulting some people who were experienced in doing business with Asian people, Jeff asked his company for sending some looking somewhat aged staff to him. Jeff introduced the new arrivals as his senior at the table. Japanese people seemed to be happier to talk with aged representatives from Jeff’s company about the project. Even there were still some unexpected setbacks in later negotiation process, the ice was broken.

Question:

Why the Japanese people were not willing to get business settled with Jeff?

2）Crisis of Barbie in the Middle East Countries

Born in 1959 Barbie perhaps is the most famous girl over the past 40 years or so. As a profitable toy doll manufactured by Mattel, two Barbie dolls will be sold every second all over the world. Being blonde, tall, slim, buxom, leggy and beautiful with her trendy, swinging, independently wealthy lifestyle, Barbie is adored by hundreds of thousands of girls in different countries. To appeal to customers with different cultural background in different countries, nowadays Mattel Company designs Barbie with cosmetic changes and variable subjects according to local tastes.

**……**

**Questions for discussion:**

1. Why was Barbie banned by government in the Middle East?
2. What values does Barbie contradict with in the Middle East?
3. What can Barbie do if it still wants to compete with its rival Fulla and regain the market?