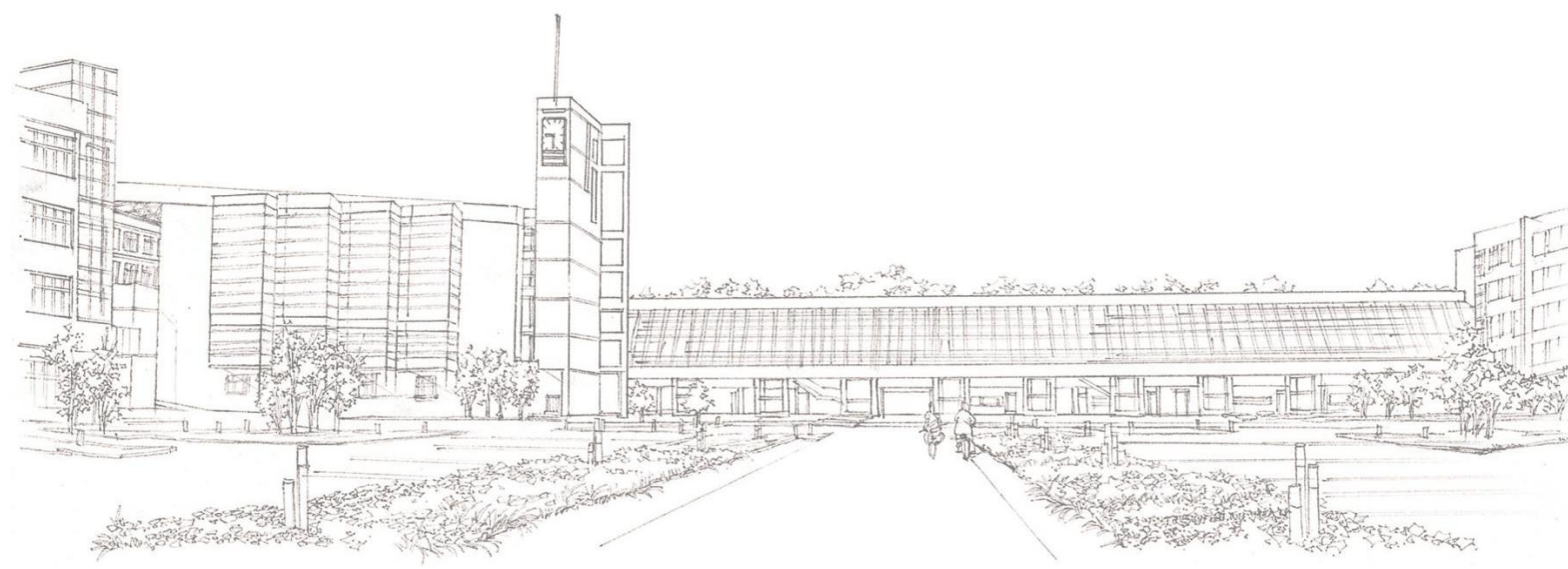




日照职业技术学院
RIZHAO POLYTECHNIC

《商道智慧》单元设计

商学系



课题	商业文化前沿	
课时	2 课时 (90 min)	
教学目标	<p>知识技能目标:</p> <p>(1) 了解企业文化的内涵、层次、作用和建设过程</p> <p>(2) 理解企业品牌文化的内涵及品牌文化的塑造</p> <p>(3) 理解商务礼仪的含义、特点和作用</p> <p>素质目标:</p> <p>(1) 发扬优良传统, 鼓起迈进新征程、奋进新时代的精气神</p> <p>(2) 以强烈的主动精神, 积极投身社会主义文化强国建设</p>	
教学重难点	<p>教学重点: 企业文化的内涵、层次、作用和建设过程; 品牌文化的概念和塑造; 商务礼仪的含义、特点和作用</p> <p>教学难点: 将企业文化和品牌文化塑造的知识运用到相关实践中, 熟练地运用商务礼仪</p>	
教学方法	讲授法、案例导入法、问答法、讨论法	
教学用具	电脑、投影仪、多媒体课件、教材	
教学设计	<p>第 1 节课: 考勤 (2 min) → 问题导入 (8 min) → 传授新知 (25 min) → 课堂讨论 (10 min)</p> <p>第 2 节课: 问题导入 (5 min) → 传授新知 (25 min) → 课堂讨论 (15 min)</p> <p>第 3 节课: 问题导入 (5 min) → 传授新知 (25 min) → 课堂讨论 (15 min)</p> <p>第 4 节课: 问题导入 (5 min) → 传授新知 (25 min) → 课堂小结 (3 min) → 作业布置 (2 min)</p>	
教学过程	主要教学内容及步骤	设计意图
第一节课		
考勤 (2 min)	<p>【教师】 使用文旌课堂 APP 进行签到</p> <p>【学生】 班干部报请假人员及原因</p>	培养学生的组织纪律性, 掌握学生的出勤情况
问题导入 (8 min)	<p>【教师】 提出以下问题:</p> <p>什么是企业文化? 企业文化有什么作用?</p> <p>【学生】 聆听、思考、回答</p>	通过互动导入, 引导学生思考, 调动学生的主观能动性
传授新知 (35 min)	<p>【教师】 通过大家的发言, 引入新的知识点, 讲解企业文化的内涵、层次、作用和建设过程</p> <p>一、企业文化概述</p> <p>(一) 企业文化内涵</p> <p>企业文化是指企业在生产经营管理实践中逐步形成的, 为全体成员所认同并遵守的, 带有本企业特色的精神财富和物质财富的总和。它包括企业的愿景、使命、精神、价值观、经营目的、经营理念和管理制度等丰富的内容, 其核心是企业精神和价值观。</p> <p>(1) 企业文化并不是企业内部所有成员的思想、观念等文化形态的总和, 而是以企业管理主体意识为主导, 追求和实现一定企业目的的文化形态。因此, 企业文化是一种企业管理文化。</p>	通过教师讲解及学生讨论, 让学生了解企业文化的内涵、层次、作用和建设过程等相关知识

(2) 企业文化具有组织目标、群体意识及与之相适应的组织机构和制度。企业文化所包含的企业精神、价值观等意识形态均是组织内部全体成员共同认可的。因此，企业文化是一种组织文化。

(3) 企业文化是企业和企业全体成员在生产经营管理活动中逐渐形成的。离开了企业的这些经济活动，企业文化就不可能形成。因此，企业文化是一种经济文化。

(详见教材)

(二) 企业文化层次

【教师】多媒体展示企业文化层次图片（详见教材），详细讲解企业文化层次

现代企业文化理论认为，企业文化由表及里可以分为以下四个层次：第一层（即表层）是物质文化；第二层（即浅层）是行为文化；第三层（即深层）是制度文化；第四层（即核心层）是精神文化

1. 物质文化

物质文化是企业的表层文化，它是一种以企业所生产的产品等相关物质形态为载体的文化，又被称为“企业的硬文化”。物质文化主要体现在企业生产的产品和提供的服务、企业的生产环境及企业的建筑等。

2. 行为文化

行为文化是企业的浅层文化，它是企业全体成员的工作作风、精神风貌、人际关系的动态体现，也是企业精神、企业价值观的折射。

3. 制度文化

制度文化是企业的深层文化，主要包括领导体制、组织机构和管理制度等三个方面的内容。

4. 精神文化

精神文化是企业的核心层文化，是企业开展生产经营活动的各种行为准则、群体意识和价值观，是以企业精神为核心的意识形态的总和。

(详见教材)

(三) 企业文化的特征

【教师】提出以下问题：

你认为企业文化有哪些特征？

【学生】聆听、思考，举手回答

【教师】总结并讲解新知

企业文化具有如下特征。

(1) 时代性。任何一家企业都是在一定的时代条件下产生和发展的。因此，企业文化是时代的产物，带有时代的烙印，也必定会折射出某个时代国家、民族或地域的经济与文化特征。

(2) 独特性。

(3) 系统性。

(4) 人性化。

(详见教材)

(四) 企业文化的作用

企业文化在企业发展中发挥着非常重要的作用，它不但能够引领企业的发展方向，而且可以规范企业全体成员的行为。总的来说，企业文化具有以下几点作用。

1. 导向作用

所谓导向作用，是指企业文化对企业的管理者和员工具有引导作用。这主要是通过企业的价值观、经营理念和经营目标发挥出来的。

2. 激励作用

企业文化会对企业全体成员起到激励和鼓舞的作用。首先，在以人为本的企业文化氛围中，员工能够实现其被尊重的需要，因而会振奋精神，努力工作。其次，企业精神和企业形象对企业员工有着极大的鼓舞作用。

3. 约束作用

企业文化对企业全体成员的心理和行为具有约束作用。企业文化的约束作用主要是通过企业的管理制度来实现的。

4. 凝聚作用

凝聚作用是指企业文化会使企业员工之间形成一种团结协作的力量。

5. 辐射作用

优秀的企业文化不仅能够企业内部发挥作用，对企业全体成员产生正面影响，还能通过各种渠道传播与扩散到全社会，从而对精神文明建设产生深远的影响。

(详见教材)

二、加强企业文化建设

(一) 企业文化建设的原则

企业在开展文化建设时，应当遵循以下几点原则。

1. 以人为本

首先，企业文化建设应以人为本，强调关心人、尊重人、理解人和信任人。

2. 知行一致

企业在文化建设过程中，不仅要提高员工对企业文化的知悉程度，还要注重员工对企业文化的践行情况。

3. 注重个性

独特性是企业文化的重要特征之一。

4. 重视经济性

企业文化建设的目的是促进企业经营目标的实现，以及谋求企业的生存和发展。

(详见教材)

(二) 企业文化建设的过程

【教师】提出以下问题：

如何才能建设好企业文化？

【学生】聆听、思考，举手回答

【教师】总结并讲解新知

企业文化的建设非一日之功，不但要求企业的管理者充满激情并持之以恒，而且需要企业的员工凝聚成一个紧密协作的团队，从一点一滴做起，在企业不断地变革和发展中持续完善。从宏观的角度来分析，企业文化建设的过程大致可以分为以下四个阶段。

1. 无意识的企业文化创造

企业在创立和发展过程中会逐渐形成一套行之有效，且得到组织内部广泛认可的企业经营理念或思想。

2. 企业文化的提炼与总结

	<p>企业经过一段时间的发展，在取得一定的进步或者成功之后，就需要及时地总结和提炼企业成功的核心要素，因为这些要素是促使企业在一定时期内成功的工具和方法，具有可参考性或复制性。</p> <p>3. 企业文化的执行与传播</p> <p>日益庞大的企业规模和多元化的员工结构，对企业文化的传播和价值理念的共享提出了新的挑战，企业在发展前期总结和提炼的价值理念如何得到更大范围内组织成员的认同就成了这一阶段最为重要的事情。</p> <p>4. 企业文化的再造与重塑</p> <p>企业文化建设是企业主动实施的从实践到理论，再用理论指导实践的一个过程，也是一个需要企业全体成员不断思考、总结、改进的过程。</p> <p>(详见教材)</p> <p>【教师】讲解商业故事“华为的企业文化”（详见教材），并提出问题：</p> <p>华为的企业文化有哪些值得我们学习的地方？</p> <p>【学生】思考、讨论、小组代表上台发言</p> <p>【教师】总结学生的发言</p> <p>【学生】聆听、思考、理解、记忆</p>	
<p>课堂讨论 (10 min)</p>	<p>【教师】组织学生以小组为单位讨论以下问题：</p> <p>请谈谈企业文化对于企业的重要性。</p> <p>【学生】聆听、思考、小组讨论，由小组代表上台讲述本小组的观点</p> <p>【教师】聆听并评价总结学生的发言</p>	<p>通过课堂讨论，巩固所学知识，加深学生对企业文化的认识</p>
<p>第二节课</p>		
<p>问题导入 (5 min)</p>	<p>【教师】提出以下问题：</p> <p>你知道什么是品牌文化吗？</p> <p>【学生】聆听、思考，举手回答</p> <p>【教师】总结、并板书</p>	<p>通过提问方式，吸引学生关注，激发学生的学习兴趣</p>
<p>传授新知 (25 min)</p>	<p>【教师】总结学生的回答并讲解品牌文化相关知识</p> <p>一、品牌文化概述</p> <p>品牌是指企业对其提供的产品或服务所定的名称、术语、记号、象征、设计，或上述内容的组合，主要供消费者识别使用。品牌由以下两个部分组成：一是品牌名称，主要是指品牌中可用语言称呼的部分，如海尔、安踏等；二是品牌标志，主要是指品牌中可被识别但不能用语言称呼的部分，如符号、设计、色彩等。优质的品牌意味着更高的市场地位和更多的商业利润，因此，越来越多的企业开始意识到品牌的重要性。</p> <p>(详见教材)</p> <p>【教师】讲解商业视窗“品牌与商标”（详见教材），并提出问题：</p> <p>商标与品牌有什么关系？</p> <p>【学生】思考、讨论、小组代表上台发言</p> <p>【教师】总结学生的发言</p>	<p>通过教师讲解和师生互动，让学生了解品牌文化的概念，以及企业品牌文化塑造的意义和策略</p>

二、企业品牌文化的塑造

(一) 企业品牌文化塑造的意义

【教师】提出以下问题：

你认为塑造企业品牌文化有什么意义？

【学生】聆听、思考，举手回答

【教师】总结并讲解新知

1. 促进经济利益与社会效益

企业塑造品牌文化从根本上是受商业动机所支配的，即通过对目标市场消费者的心态进行深入调研，并将它与产品的效用联系起来，为品牌塑造典型的文化个性，进而强化品牌的竞争能力，从而获得更多的经济利益。

2. 满足消费者的精神需求

品牌文化是品牌的核心价值理念、整体内涵的自然流露，是品牌与消费者乃至社会公众进行情感交流、信息沟通的有效载体，也体现了消费者对品牌的认识和理解。

3. 提升消费者的品牌忠诚度

在市场竞争激烈、产品差异化并不明显的当今社会，企业的产品单靠性能和质量是不能吸引消费者主动购买的。能够让消费者在众多品牌中选定某个品牌的有效方式，是赋予该品牌独特的文化底蕴。

(详见教材)

(二) 企业品牌文化塑造的策略

1. 制订全面的品牌战略规划

品牌战略是企业为实现开拓、占领和巩固市场等目的，对品牌进行规划、运用、保护和管理的总体性谋划。

2. 注重品牌的情感定位

品牌定位是企业市场定位和产品定位的基础上，对品牌的文化取向及个性差异的商业性决策，可以让消费者清晰地识别品牌的特征及其核心价值。好的品牌定位是品牌成功的一半。

认同与共鸣，建立起消费者与品牌之间的密切联系，从而使其形成长期的品牌忠诚度。

3. 塑造品牌文化个性

品牌文化个性是指品牌向外展示的具有独特魅力的特质，是品牌的公众形象、社会形象、自我定位的延伸，是连接品牌与消费者的重要纽带。

4. 强化品牌文化营销

品牌文化营销是企业通过与消费者的互动，促使消费者了解、认知和接受品牌文化，提升品牌在消费者心目中的信誉及其忠诚度的过程。

5. 坚持自主创新

不断创新是企业品牌文化拥有持久生命力的关键。首先，企业应以技术创新促进品牌文化建设。企业应重点攻关行业内关键技术难题，研发并设计具有自主知识产权的原创产品，为品牌文化建设增加动力。

(详见教材)

	<p>【教师】讲解商业视窗“农夫山泉的品牌文化塑造之路”(详见教材),并提出问题: 农夫山泉是如何塑造品牌文化的?</p> <p>【学生】思考、讨论、小组代表上台发言</p> <p>【教师】总结学生的发言</p> <p>【学生】聆听、理解、思考、记忆</p>	
<p>课堂讨论 (15 min)</p>	<p>【教师】组织学生以小组为单位讨论以下问题: 你知道哪些著名的品牌?说说这些品牌具有怎样的品牌文化?</p> <p>【学生】聆听、思考、小组讨论,由小组代表上台讲述本小组的观点</p> <p>【教师】聆听并评价总结学生的发言</p>	<p>通过课堂讨论,巩固所学知识,加深学生对品牌文化的理解</p>
<h3>第三节课</h3>		
<p>问题导入 (5 min)</p>	<p>【教师】提出以下问题: 什么是商务礼仪?</p> <p>【学生】聆听、思考,举手回答。</p> <p>【教师】总结、并板书</p>	<p>通过提问方式,吸引学生关注,激发学生的学习兴趣</p>
<p>传授新知 (25 min)</p>	<p>【教师】总结学生的回答并讲解商务礼仪的相关知识</p> <p>一、商务礼仪概述</p> <p>(一) 商务礼仪的含义</p> <p>商务礼仪是指商务人员在商务活动中,为了塑造良好的个人形象和企业形象,表达对商务对象的尊重和友好而共同遵守的行为规范和准则。它是一般礼仪在商务活动中的具体体现和应用,是开展商务活动时必不可少的交流工具。</p> <p>(二) 商务礼仪的特点</p> <p>商务礼仪具有普遍认同性、形式规范性、时代变化性、地域差异性和经济效益性等特点。</p> <p>1. 普遍认同性</p> <p>商务礼仪是商务活动领域内商务人员共同认可、普遍遵守的规范和准则,许多礼仪规范是全世界通用的,如微笑、握手等。</p> <p>2. 形式规范性</p> <p>商务礼仪的形式具有一定的规范性,即对商务人员在商务活动中的言行举止和活动程序确立了相应的标准。</p> <p>3. 时代变化性</p> <p>商务礼仪不是一成不变的,它会随着时代的发展而不断地被赋予新的内容。例如,随着生活节奏的加快,现代商务礼仪也在向简洁、务实的方向发展。</p> <p>4. 地域差异性</p> <p>不同的地域有着不同的文化背景,这决定了不同地域商务礼仪的内容和形式也有所不同。</p> <p>5. 经济效益性</p> <p>商务礼仪能够协调个人或企业与其商务对象之间的关系,促进双方的顺利合作,从而利于经济效益的提升。</p> <p>(详见教材)</p> <p>(三) 商务礼仪的作用</p> <p>【教师】请同学们回答以下问题:</p>	<p>通过教师讲解和师生互动,让学生了解商务礼仪的概念、特点和作用</p>

	<p>你认为商务礼仪有哪些作用?</p> <p>【学生】 聆听、思考, 举手回答</p> <p>【教师】 总结并讲解新知</p> <p>商务礼仪主要具有规范行为、塑造形象、沟通信息和联络感情的作用。</p> <p>1. 规范行为 商务礼仪作为一种行为规范和准则, 能够规范商务人员在商务活动中的言行举止, 使其在商务活动中表现得更加得体, 从而给商务对象留下良好的印象。</p> <p>2. 塑造形象 正确、规范地运用商务礼仪能够为商务人员塑造良好的个人形象, 建立良好的商务关系, 维护良好的企业形象, 从而有利于提升企业的经济效益和社会影响力。</p> <p>3. 传递信息 商务人员可以通过言语、行为、表情等商务礼仪形式向商务对象表达感情、传递信息。</p> <p>4. 联络感情 恰如其分地运用商务礼仪, 易于在商务人员之间架起一座沟通的桥梁, 从而为建立友好的合作关系, 并取得商务交往的成功提供保障。</p> <p>(详见教材)</p> <p>【学生】 聆听、理解、思考、记忆</p>	
<p>课堂讨论 (15 min)</p>	<p>【教师】 组织学生以小组为单位讨论以下问题: 请举例说明商务礼仪与日常生活中的礼仪有哪些异同?</p> <p>【学生】 聆听、思考、小组讨论, 由小组代表上台讲述本小组的观点</p> <p>【教师】 与学生一起评价各组的发言, 并进行总结</p>	<p>通过课堂讨论, 巩固所学知识, 加深学生对商务礼仪的理解</p>
<p>第四节课</p>		
<p>问题导入 (5 min)</p>	<p>【教师】 提出以下问题: 你认为在运用商务礼仪时, 应遵循什么原则?</p> <p>【学生】 聆听、思考, 举手回答</p> <p>【教师】 总结、并板书</p>	<p>通过提问方式, 吸引学生关注, 激发学生的学习兴趣</p>
<p>传授新知 (15 min)</p>	<p>【教师】 总结学生的回答并讲解商务礼仪运用的基本原则, 以及商务拜访与接待礼仪</p> <p>二、商务礼仪的运用</p> <p>(一) 商务礼仪运用的基本原则</p> <p>1. 注重形象原则 商务人员衣着整齐、外表端庄、仪态得体、谈吐自然, 既是对他人的尊重, 也是自身良好职业素养的表现。</p> <p>【教师】 讲解商业故事“形象就是你的财富”(详见教材), 并提出问题: 在公众面前我们为什么要注意形象?</p> <p>【学生】 思考、讨论, 小组代表上台发言</p> <p>【教师】 总结学生的发言</p> <p>2. 尊重原则 尊重是商务礼仪的情感基础。在商务活动中, 商务人员应充分尊重客户的意愿, 对待客户彬彬有礼, 认真倾听客户发表的意见, 了解客户的真实想法, 认同客户的心理感受。</p>	<p>通过教师讲解和师生互动, 让学生了解商务礼仪运用的基本原则, 以及商务拜访与接待礼仪</p>

【教师】讲解商业故事“乔·吉拉德的玫瑰花”（详见教材），并提出问题：

这个故事给了你怎样的启发？

【学生】思考、讨论、小组代表上台发言

【教师】总结学生的发言

3. 真诚原则

运用商务礼仪主要是为了树立良好的个人形象和企业形象，所以商务礼仪对于商务活动的开展来说，不仅仅在于其形式和手段上的意义。

4. 平等原则

商务人员在运用商务礼仪时，切不可因商务对象的年龄、性别、种族、文化程度、职业、身份、地位、财富及其与自己的亲疏关系等而厚此薄彼、区别对待，而应该对所有的商务对象都一视同仁，给予同等的礼遇。

5. 适度原则

适度原则要求商务人员在不同的商务场合中运用商务礼仪时，要做到态度适度、谈吐适度、举止适度、关心适度、批评适度和距离适度等。

【课堂讨论】教师提出问题：

请举例说明商务礼仪的适度原则在商务活动中的应用

【学生】思考、讨论、小组代表上台发言

【教师】总结学生的发言

6. 入乡随俗原则

在涉外商务活动中，商务人员一定要做到入乡随俗，充分尊重当地的风俗习惯，按照东道主的礼仪标准来开展商务活动，避免让对方产生被冒犯的感觉。

7. 自律原则

自律就是自我要求、自我约束、自我对照、自我反省和自我检点。

（详见教材）

(二) 商务拜访与接待礼仪

1. 商务拜访礼仪

【教师】请同学们回答以下问题：

商务拜访礼仪包含哪些内容？

【学生】聆听、思考，举手回答

【教师】总结并讲解新知

拜访是指商务人员以客人的身份有目的地访问或拜见企业或个人的一种交往方式。合乎礼仪的拜访有利于商务伙伴关系的建立和良性发展。

(1) 拜访准备。

商务人员在拜访企业或个人之前，应当做好充分的准备。准备的主要内容包括了解拜访对象的基本信息、提前预约、整理拜访材料、整理仪表、准时赴约等。

(2) 拜访过程。

商务人员到达拜访地点后，应按门铃或轻轻敲门，然后耐心等待回音。待对方邀请进入时，商务人员方可进门。进门后，商务人员首先应向对方问好，并热情地与其握手。若是初

次见面，商务人员还应稍做自我介绍，以免显得唐突。若有其他客人在场，商务人员还应主动向他们打招呼并一一问好。

(3) 拜访结束。

当拜访进行到一定阶段时，商务人员应择机告辞。辞别时，商务人员应向对方道谢并主动伸手与其握别。当对方起身相送时，商务人员应对其说“请留步”“您请回吧”或“不必远送”等，并适时回头挥手告别。

(详见教材)

【教师】讲解商业故事“如何在工作中展现交际风采”（详见教材），并提出问题：

张林的表现符合商务礼仪运用的哪些原则？

【学生】思考、讨论、小组代表上台发言

【教师】总结学生的发言

2. 商务接待礼仪

(1) 接待准备。

作为东道主的商务人员，应当在接待客人之前做好充分的接待准备工作。商务人员首先应了解接待对象的基本情况，尤其是客人的个人简况（如姓名、性别、单位、职务、年龄等）、来访人数、抵达时间和地点，以便妥善安排下一步的工作（如提供交通工具、安排食宿等）。

(2) 迎客礼仪。

正式迎接客人时，作为东道主的商务人员应当做好接站工作。客人到达时，商务人员应主动上前与客人握手问好，以表示热情、友好和欢迎客人的到来。即使客人人数较多，商务人员也应当与所有客人依次握手，切勿厚此薄彼。

(3) 待客礼仪。

在到达待客地点后，为了表示对客人的尊重，商务人员在安排座次时，应当将客人安排在尊位上。尊位的确定方法应根据具体情况而定，通常遵循“居中为尊”“远门为尊”“面门为尊”的原则；在宴请、外交等国际商务场合，商务人员应遵循国际惯例，即“以右为尊”

(4) 送客礼仪。

送客是接待工作的最后一个环节，如果处理不好，则可能会使整个接待工作前功尽弃。

送客时，商务人员要等客人先伸出手，然后再与其握手。同时，商务人员应请客人多多包涵接待工作的不妥之处，并发自内心地向客人道惜别之语，如“欢迎再来”“常联系”“慢走”等。握别后，商务人员还应礼貌地跟送客人，而不要在客人离别时不闻不问，或者在客人说“请留步”时马上转身返回。对于离得较近的客人，商务人员一般应将其送至大门口，然后目送客人离开，直到客人的身影完全消失后返回。对于远道而来的客人，商务人员一般应将其送至机场、码头、车站等处，待对方走远后再离开。

(详见教材)

【教师】讲解商业文化小贴士“座次安排”（详见教材），并提出问题：

在商务宴会中应该如何安排座次？

【学生】思考、讨论，小组代表上台发言

【教师】总结学生的发言

【学生】聆听、理解、思考、记忆

【教师】组织学生开展“商务拜访与接待情景模拟”活动

【活动概述】

甲公司拟到乙公司商议代理业务，并委派营销总监和3名销售人员前往目的地谈判。根据乙公司的安排，乙公司的副总经理和两名行政人员将前往机场迎接。为了加深学生对商务礼仪的认知，请全班学生以小组为单位分角色扮演甲公司和乙公司的谈判组成员，进行商务拜访与接待情景模拟。

【活动准备】

- (1) 全班学生以7人为一组分成若干小组，各组选出一名组长。
- (2) 组长对小组成员进行任务分工，并将小组成员及分工情况填入表中。

【活动过程】

活动过程	活动内容及活动要点
活动准备	各小组根据角色分工，利用课余时间模拟演练以下几种商务活动情景：① 甲乙两个公司的成员在机场相逢的情景；② 乙公司成员引导甲公司成员前行、陪乘电梯、上下楼梯、出入会议室等情景；③ 乙公司成员为甲公司成员奉茶的情景；④ 甲乙两个公司的成员告别的情景
情景模拟	(1) 各小组参照之前演练的情形，在课堂上轮流进行情景模拟 (2) 其他小组的成员认真观看，并做好相关记录 (3) 每个小组表演结束后，其他小组的成员可就自己的疑惑提出问题，也可指出表演过程中出现的问题
教师点评	各小组表演结束后，教师进行活动总结，并对学生的表现给予简要点评

【学生】聆听、分工、讨论剧本、进行演练、上台表演

【教师】总结各组的的表现，并进行评价

考核内容	评价标准	分值	评价分数		
			自评	互评	师评
知识与技能评价	(1) 表演生动、形象	10			
	(2) 注重仪容仪表，能够表现出对对方的尊重与友好	25			
	(3) 接待与拜访礼仪合乎规范	25			
综合素质评价	(1) 态度端正，活动准备充分	10			
	(2) 团队配合默契，表演流畅	15			
	(3) 勤于思考，善于总结	15			
合计		100			
总评	自评(25%) + 互评(25%) + 师评(50%) =	教师(签名):			

通过情景模拟，使学生将所学知识与实践相结合，做到学以致用

情景模拟
(20 min)

课堂小结
(3 min)

【教师】简要总结本节课的要点

本节课学习了企业文化的概念，企业文化建设的原则和过程；品牌文化的概念、企业品牌文化塑造的意义和策略；商务礼仪的含义、特点、作用和运用等知识。希望大家在课下多

总结知识点，
巩固印象

	<p>加复习，巩固所学知识，能够将企业文化和品牌文化塑造的知识运用到相关实践中，并能在商务活动中较为熟练地运用商务礼仪。</p> <p>【学生】 总结回顾知识点</p>	
<p>作业布置 (2 min)</p>	<p>【教师】 布置课后作业</p> <p>(1) 阅读 “ ‘十四五’ 华润企业文化理念体系 ”，撰写读后感。</p> <p>(2) 完成本章课后作业。</p> <p>【学生】 完成课后任务</p>	<p>通过课后作业巩固所学知识</p>
<p>教学反思</p>	<p>在这节课中学生能在互动环节深入沟通，效果不错。教师多与学生进行深入的沟通和交流，可以发现学生学习中存在的问题并及时纠正，使其掌握科学有效的学习方法，提高学习的质量和效率。</p>	