

# 英语教学中案例教学法的运用

王 蕾, 陈 慧

湖南信息学院通识教育学院, 湖南 长沙

收稿日期: 2025年4月25日; 录用日期: 2025年6月19日; 发布日期: 2025年6月27日

## 摘 要

案例教学法作为一种以实际案例为基础的教学方法, 强调理论与实践的结合, 让学生在学习过程中不仅能够掌握语言知识, 体会英语在商业环境中的实际操作方式。而教师在英语教学中运用案例教学法, 既可以提高教学质量, 还能显著提升学生的综合能力。案例教学法根植于建构主义学习理论与情境学习理论, 其核心在于通过真实情境中的协作与反思实现知识建构。本文在系统梳理案例教学法与其他教学方法(如任务型教学法、传统讲授法)的差异与互补性基础上, 结合实证研究验证其有效性, 弥补现有研究对跨文化交际与多技能整合的不足, 为高校商务英语教学提供创新路径。

## 关键词

案例教学法, 英语教学, 建构主义, 跨文化交际, 实证研究

# The Application of Case Teaching Method in English Teaching

Lei Wang, Hui Chen

School of General Education, Hunan University of Information Technology, Changsha Hunan

Received: Apr. 25<sup>th</sup>, 2025; accepted: Jun. 19<sup>th</sup>, 2025; published: Jun. 27<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

As a pedagogical approach grounded in real-world case studies, the case-based teaching method emphasizes the integration of theory and practice, enabling students to not only acquire linguistic knowledge but also experience the practical application of English in authentic business environments. By employing this method in English instruction, educators can enhance teaching quality while significantly improving students' comprehensive competencies. Rooted in constructivist learning theory and situated learning theory, this approach centers on collaborative knowledge construction and

reflective practice within authentic contexts. This study systematically examines the distinctions and complementary relationships between case-based teaching and other pedagogical approaches (e.g., task-based teaching methods, traditional lecture-based instruction). Through empirical research, it validates the effectiveness of case-based teaching, addresses gaps in existing studies regarding intercultural communication and multi-skill integration, and proposes innovative pathways for business English education in higher education institutions.

## Keywords

Case-Based Teaching Method, English Language Teaching, Constructivism, Intercultural Communication, Empirical Research

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

案例教学法起源于 19 世纪哈佛大学商学院, 由于教材缺乏时效性素材, 于是教师收集企业员工的实际工作内容, 将其整理成教学素材, 并运用于课堂教学。从理论层面看, 案例教学法与建构主义学习理论高度契合, 后者认为学习是学生在真实情境中主动构建知识的过程[1]。此外, 案例教学法也与情境学习理论和体验式学习理论密切相关, 这些理论为案例教学法提供了坚实的理论基础。教师利用典型案例能够激发学生的讨论兴趣, 引发学生思考, 帮助学生将所学理论知识与实际操作结合起来, 进而让学生在实践中有效运用所学知识。与此同时, 案例教学法不仅注重理论与实践的结合, 还强调学生在学习过程中的主动参与, 以解决实际问题的方式培养学生的综合素养。然而, 现有研究对案例教学法在商务英语教学中的适用性及其局限性探讨不足, 尤其是对不同语言技能(如听力、阅读、跨文化交际)的覆盖不够全面。本文旨在通过具体教学案例和实证研究, 探讨如何有效运用案例教学法提升商务英语教学效果, 特别是培养学生跨文化商务沟通能力。

## 2. 案例教学法的理论基础与核心特点

### 2.1. 理论基础

案例教学法的合法性源于三大理论支柱: 一是建构主义理论, Jonassen (1999) [2]指出, 知识是学习者通过社会互动与反思主动构建的, 而非被动接受。案例教学法通过模拟真实商业情境, 为学生提供协作解决问题的平台。二是情境学习理论, Lave 和 Wenger (1991) [3]强调“合法边缘性参与”, 即学习需嵌入真实实践共同体。案例中的商务谈判、信函撰写等活动, 正是对此理论的具象化。三是体验式学习循环: Kolb (1984) [4]提出的“具体经验 - 反思观察 - 抽象概括 - 主动实践”四阶段模型, 与案例教学法的“案例呈现 - 小组讨论 - 总结反馈 - 应用迁移”流程高度契合。

### 2.2. 与其他教学方法的对比

传统讲授法以教师为中心, 侧重知识灌输, 而案例教学法以学生为主体, 强调问题解决能力; 任务型教学法虽注重实践, 但任务设计通常简化情境, 而案例教学法则保留商业环境的复杂性, 更利于培养跨文化适应能力。

### 3. 当前商务英语教学的现状

在商务英语教学中,部分教师在案例选择上时常未能与教学目标充分契合,选择的案例缺乏针对性,导致学生无法在实际情境中有效应用所学知识。这种案例选择的随意性,使得教学内容与实际需求脱节,学生难以获得真实的商业体验,进而影响学生的学习效果。现有教学案例多集中于写作和口语技能(如销售信函、商务演示),而对听力、阅读和跨文化交际等技能的覆盖不足[5]。例如,听力训练中缺乏真实的商务谈判录音,阅读材料中缺少国际商务合同等实用文本。除此之外,部分教师在教学过程中依赖传统的讲授法,忽视了与其他教学方法的融合创新,缺乏多样化的教学手段,使得教学内容缺乏吸引力,难以激发学生的学习积极性。例如,案例教学法可与任务型教学法(Task-Based Learning)结合,通过设计阶段性任务提升学生的语言应用能力。最终案例教学法与其他教学方法的融合不足,进而导致教学效果的不理想。

### 4. 案例教学法在商务英语教学中的应用策略

#### 4.1. 精心挑选契合教学目标的案例

教师需以建构主义理论为指导,设计多层次案例。例如,在听力教学中,可选用真实的商务会议录音,辅以背景资料和任务清单,帮助学生从语境中推断语义。教师精心挑选契合教学目标的案例在商务英语教学中具有重要意义[6]。合适的案例能够衔接理论与实际应用,帮助学生在真实情境中理解和掌握商务英语的核心概念。教师在教学过程中带领学生分析并解决具体问题,这不仅可以增强学生学习的现实参与感,还能激发学生的学习积极性。

在教学 Unit 1 Sales Letters and Inquiries 时,该单元的教学内容主要涵盖“The basic format of sales letters”“ language features”“ writing skills and the composition of inquiry letters and matters needing attention”。其目标是让学生掌握“Basic skills of business letter writing and business communication, and be able to apply these skills in real business situations”等知识。为了实现这一目标,教师需选择真实的商业案例,具体为一家企业准备向潜在客户发送销售信函,以推销新产品并请求对方的反馈。教学开始时,教师借助投影设备向学生展示该企业的背景资料,其中涵盖企业的经营范围、产品特点以及市场定位等信息,让学生对案例有初步了解。接着详细讲解销售信函和询盘信的结构和语言特点,教师带领学生分析具体案例中的范例信件,让学生更直观地理解信件的开头、主体和结尾部分的写作要点及常用表达。接着,教师引导学生思考如何将企业背景与销售信函的撰写相结合,以向学生进行设问,和让学生自行讨论的方式,激发学生的深入思考。讲解结束后,教师将学生分成小组,每组模拟一个市场部,负责撰写一封销售信函和一封询盘信。给每组分发企业产品介绍、潜在客户信息和市场调研数据等相关资料,确保学生有足够的信息撰写信件。小组成员之间需要合理分工,确定信件的内容,撰写出符合商务规范的信函。小组成员在完成信件撰写后,每个小组派代表展示其信函,并进行简要说明。而其他小组的成员根据这组成员展示的内容提出问题,进行互动讨论。在此过程中,学生不仅可以展示自己的成果,还能从他人的反馈中获得新的启发。展示和讨论结束后,教师总结每个小组的表现,点评学生的优缺点,并强调案例中的关键点。凭借综合反馈,学生可以进一步明确自己在信件撰写中的不足之处,并在后续学习中进行改进。教师在整个教学过程中精心挑选并详细分析契合教学目标的案例,让学生在实践中不断提升自身的语言能力及商业技能。

#### 4.2. 实施以学生为中心的案例教学

教师实施以学生为中心的案例教学,强调学生在学习过程中的主动性,促进其自主学习和实际操作能力的不断提升。以学生为中心的教学方法还能够激发其学习兴趣,使课堂教学更加富有成效,帮助学生在真实商业情境中应用所学知识,提升其职业竞争力。

以 Unit 2 Offers, Counter-Offers, and Orders 的教学内容为例, 学生通过角色扮演模拟商务谈判。为增强真实性, 教师可引入跨文化交际元素, 如不同国家的谈判风格差异, 从而提升学生的跨文化意识。该单元主要涵盖 “The basic concepts of business quotation, counteroffer and order and their application in business communication”。教学目标是让学生了解 “Master the writing of quotation, counteroffer and order specifications and their use in actual business situations, and cultivate their communication skills in business negotiations” 等知识点。教学开始时, 教师向学生简要介绍该电子产品公司的主要产品、市场定位和其近期的商业活动。接着教师带领学生分析具体范例, 让学生了解报价还价和订单的构成及常用表达。在学生对这些内容有基本认识后, 教师安排学生进行角色扮演, 模拟电子产品公司和供应商之间的商务谈判过程。每组学生分别扮演买方卖方, 教师为学生提供案例中的产品信息, 其中的市场情况, 以及双方的谈判立场。学生需要根据这些信息, 进行报价还价撰写, 并且在撰写完成后准备后续谈判。在撰写 “Offer and counter-offer letters” 的过程中, 学生扮演 Sunnysport Co., Ltd (中方) 与 Dynamic Sports, Inc. (美方) 代表, 进行还价谈判与信函撰写。中方小组研究中国文化中的谈判策略(如关系优先、委婉表达)。美方小组学习美国商务沟通特点(如效率导向、明确条款)。观察员记录双方文化适配行为与冲突点。美方撰写还价信函要求 10% 折扣, 中方撰写拒绝还价但保留合作机会的回信。美方信函需体现 “直接性” (如清晰列出有订单量以支持还价)。中方信函需包含 “柔性拒绝” (如 “鉴于当前成本压力, 我们暂无法调整价格, 但愿意提供额外售后服务”)。然后开展面对面谈判模拟, 美方强调 “成本控制”, 中方强调 “质量保证与长期关系”。中方需避免使用 “面子威胁” 语言(如 “贵方要求不合理”), 改用共赢表述(如 “我们建议分阶段价格调整”) 美方需回应中方关系诉求(如 “我们认可贵方质量, 愿探讨其他合作形式”)。

同时, 教师可以引导学生思考, 若谈判对象为巴西企业(重视人际关系与灵活性), 如何调整信函语气与条款; 假设对方为德国企业(注重严谨性与合同细节), 如何调整语言风格与条款结构。通过跨文化商务信函写作与谈判模拟, 学生不仅掌握商业沟通的技术细节, 更能深入理解文化差异对策略选择的影响, 为全球化职场中的专业写作与谈判奠定基础。

在听力教学方面, 传统听力教学多依赖标准化录音, 缺乏真实商务场景的杂音与模糊性。使用某跨国企业供应链会议的原始录音(含背景噪音、发言人语速差异), 要求学生完成以下任务: 识别关键议题(如交货延迟); 分析发言人隐含态度(如委婉拒绝)以及对比中美双方表达差异(如中方强调 “尽力解决”, 美方要求 “明确时限”)。

在阅读方面, 新增合同文本的批判性解读, 比如提供某跨境电商平台的英文服务协议, 引导学生识别条款中的法律责任; 对比中英文合同文本的句式差异(如中文偏好并列短句, 英文多用复合长句); 模拟争议解决场景, 讨论条款解释的文化冲突。但是合同文本复杂度可能超出学生语言水平, 需教师提前搭建术语库。

### 4.3. 注重与其他教学方法的融合

教师将案例教学法与其他教学方法相结合, 可以充分发挥各自的优势[7], 增强教学的多样性, 满足不同学生的学习需求。同时, 多元化的教学方法可以创造更丰富的学习体验, 培养学生的综合素质, 从而实现教学目标最大化。

在教学 Unit 6 Press Releases 时, 其教学目标是让学生学会 “Specifications and skills for writing press releases and being able to apply these skills in real business situations” 等知识点。为实现此目标, 教师可以选择一家科技公司发布新产品的新闻稿作为教学案例。教师需要向学生简要介绍该科技公司的 Main products, market positioning and recent business activities。详细讲解 Press Releases 的写作要点, 分析范例新闻稿, 让学生了解 Writing skills and common expressions for the title, lead, body and end of a press release。在

学生对新闻稿有基本的认识后, 教师引入分组讨论和头脑风暴的方法。每组学生负责模拟科技公司新闻部门, 讨论新产品的主要特点以及发布新闻稿的核心信息。学生需要在讨论中确定新闻稿的主题, 提出创意, 并整理成初步的写作提纲。随后教师借助多媒体展示实际新闻发布会的视频片段, 让学生直观感受新闻稿在实际发布过程中的作用。观看视频后, 学生再次调整写作提纲, 确保内容全面且具有吸引力。教师安排学生进行写作练习, 每组根据讨论结果撰写一份完整的新闻稿。在学生进行写作的过程中, 教师巡视教室, 帮助学生克服写作中的困难。在学生完成写作后, 教师安排每组交换新闻稿, 进行互评修改。学生需要指出对方新闻稿中的优缺点, 并提出具体的改进建议。接下来教师组织全班进行新闻发布会模拟演练, 每组派代表在全班展示其新闻稿, 并进行简要说明。其他学生扮演媒体记者, 并向演讲的学生提出问题, 学生之间进行互动讨论。在此过程中, 学生不仅可以展示自己的写作成果, 还能在互动中提升自己的应变能力。

#### 4.4. 强化案例教学的总结与研讨

总结与研讨不仅能帮助学生巩固所学知识, 还能让学生在反思中深化理解, 发现问题并及时改进。与此同时, 学生还能在互动交流中分享各自的观点, 提升自身的批判性思维。例如, 问卷设计案例中, 可讨论文化差异对问题设计的影响。以教师教学 Unit 7 Questionnaires 为例, 其教学目标是让学生掌握“Basic principles and methods of questionnaire design and the ability to apply these skills in actual market research.”等知识点。为实现此目标, 教师可以选择市场研究公司为新产品进行消费者满意度调查的问卷设计的教学案例。在学生对问卷设计有了基本认识后, 教师引入小组合作和项目导向的教学方法。每组学生负责模拟市场研究公司, 讨论新产品的主要特点、目标市场以及调研的核心问题。学生需要在讨论中确定问卷的主要内容, 对其提出意见, 并整理成初步的问卷设计提纲。接下来, 教师安排学生进行问卷设计练习, 每组根据讨论结果设计出完整的问卷。在学生进行设计的过程中, 教师需要为学生提供指导。学生设计完成后, 教师安排每组交换问卷, 学生需要指出对方问卷中的优缺点, 并提出具体的改进建议。在学生讨论结束后, 教师随即安排总结环节。每组在总结中汇报设计过程中的收获, 反思问卷设计的优缺点, 并分享改进方案。教师引导学生就共性问题进行深入研讨, 探讨如何在实际市场调研中提高问卷的有效性。比如问题表述的文化敏感性, 例如, 在西方文化中, 直接询问年龄或收入可能被视为隐私侵犯, 但在某些亚洲文化中, 此类问题可能被普遍接受。通过对比不同文化背景的问卷案例, 学生需反思如何调整问题措辞以避免冒犯不同文化背景的受访者? 是否需要在问卷中增加“拒绝回答”选项以尊重隐私? 其次, 封闭式选项的文化适配性, 案例分析可展示同一问题在不同文化下的选项设计差异。例如, 关于“家庭决策权”的问题: 在个人主义文化中, 选项可能聚焦个体选择(如“我独立决定”)在集体主义文化中, 选项需体现家庭或群体协商(如“与家人共同决定”)。教师需要学生需批判性思考预设选项是否覆盖了目标文化的核心价值观? 最后, 量表设计的文化适用性, 例如, 使用“1~5分”量表时, 某些文化可能倾向于避免极端评分(如“中庸评分”现象)。通过案例对比, 学生需反思是否需调整量表范围或标签(如用文字替代数字)以适应文化偏好。如何在尊重文化差异的同时, 确保数据的客观性与可比性。通过此类案例分析与反思, 学生不仅掌握问卷设计的技术框架, 更能培养跨文化敏感性与批判性思维, 为未来在全球化语境下的研究与实践奠定基础。

#### 4.5. 优化案例教学的评价与反馈

在商务英语的教学中, 教师采取有效的评价与反馈不仅能够及时了解学生的学习状况, 还能针对性地指导学生, 让其改进自身的不足之处, 进而提升其学习效果。与此同时, 教师优化评价和反馈机制, 能够发现教学过程中出现的问题, 以便于及时调整教学策略[8]。

在教学 Unit 8 Business Presentations 时, 该单元的教学内容涵盖 “The basic concept of business presentation, structure, presentation skills and their importance in business activities”。对此, 教师可以选择一家初创企业向潜在投资者进行产品推介的商务演示的教学案例。在教学开始时, 教师向学生简要介绍该初创企业的主要产品, 该企业的市场定位, 以及其近期的发展情况。随后详细讲解商务演示的基本演示要点, 让学生了解 Design techniques and common expressions for the opening, main body and end of a business presentation。在学生对商务演示有大致的认识后, 教师引入项目导向的教学方法。每组学生负责模拟初创企业的市场部, 设计并撰写一份完整的商务演示文稿。学生需要在讨论中确定该演示的主要内容, 并整理成初步的演示提纲。教师在此过程中提供指导, 帮助学生明确商务演示的具体目标。教师采用多媒体向学生展示实际商业演示的视频片段, 帮助学生直观感受商务演示在实际商业活动中的影响。学生观看完视频后再次整理演示提纲, 确保提纲内容正确。随后教师安排学生进行演示文稿的写作练习, 每组根据讨论结果撰写一份完整的商务演示文稿。写作完成后, 教师安排每组交换演示文稿, 进行互评, 学生可以在同学的评价中修改自己演示文稿中的不足之处。除此之外, 教师需要安排评价与反馈环节。设计多维度的评价标准, 教师从演示文稿的内容, 文稿的写作结构, 以及学生在演示过程中的表现力等多个方面对每组的表现进行综合评价。学生之间也相互评分, 分享各自的观感。教师在评价过程中给予学生详细反馈, 指出各组的优缺点, 并提供改进建议。教师采用系统的评价与反馈, 不仅能够激发学生的学习动力, 还能培养其自主学习能力, 进而促进全面发展。

## 5. 实证研究

本研究对湖南信息学院 2021 级商务英语专业 90 名学生进行了为期 16 周的追踪研究。实验组采用案例教学法, 对照组采用传统教学法。通过问卷调查、测试成绩和访谈收集数据。结果实验组(n = 60)采用改进后的案例教学法, 对照组(n = 60)采用传统教学法。研究工具包括: 前测与后测、问卷调查: 包含 5 个维度的李克特量表(学习动机、跨文化意识等)、深度访谈: 随机选取 20 名实验组学生进行半结构化访谈、课堂观察。在 Unit 7 问卷设计案例中, 实验组特别设置了跨文化对比实验, 设计中美两个版本的电子产品满意度问卷研究结果表明: 一是语言技能提升, 写作方面实验组平均分提升 27.5% (对照组 15.2%); 口语表达方面案例教学使情景对话准确率提高 33%; 听力方面跨文化案例使商务会谈理解正确率提升 19%。二是跨文化能力: 实验组在文化敏感度测试中得分提高 41%; 83% 的学生能准确识别至少 3 种文化差异对商务沟通的影响。该研究也存在局限性, 比如样本规模较小, 且限于单一院校, 结论普适性待验证; 未量化分析案例复杂度与学习效果的相关性。

## 6. 结束语

综上所述, 教师在商务英语教学中运用案例教学法能够衔接理论与实践, 培养学生解决实际问题的能力。未来, 随着信息技术的不断发展, 案例教学法将在商务英语教学中展现更大潜力。教师在教学中持续创新案例教学方法, 能够培养出更多具备国际视野的商务人才, 进而推动商务英语教育质量迈向新高峰。

## 基金项目

2024 年湖南信息学院校级教改项目(公共英语项目)《隐性教育理论视域高校大学英语课程思政路径探索与实践》(编号: XXYJGE2240)。

## 参考文献

- [1] Vygotsky, L.S. (1978) *Mind in Society: The development of Higher Psychological Processes*. Harvard University Press.

- 
- [2] Jonassen, D.H. (1999) Designing Constructivist Learning Environments. In: Reigeluth, C.M., Ed., *Instructional-Design Theories and Models*, Vol. 2, Lawrence Erlbaum, 215-239.
- [3] Kolb, D.A. (1984) *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. Prentice Hall.
- [4] Lave, J. and Wenger, E. (1991) *Situated Learning: Legitimate Peripheral Participation*. Cambridge University Press.  
<https://doi.org/10.1017/cbo9780511815355>
- [5] 王泽熙, 刘宁. 案例教学法在高校商务英语教学中的应用分析[J]. 大学, 2024(5): 129-132.
- [6] 童蓓蕾. 案例教学法在商务英语课程教学中的应用研究[J]. 英语广场, 2023(14): 103-106.
- [7] 曹赞. 课程思政与“商务英语写作”教学融合的探索与实践——基于案例教学法[J]. 豫章师范学院学报, 2022, 37(6): 78-81+124.
- [8] 梁淑美. 基于案例教学法的大学商务英语翻译教学研究[J]. 现代英语, 2022(21): 71-74.