

持续评估(主评估)· 考点说明

Continuous Assessment (Main) — Assessment Preparation Guide

适用:Written Test · 闭卷(Closed-book)· Blended(Diploma Programmes)

说明:本文件依据本模块教学材料(Lectures / Module Book)与历年样卷(Sample Papers)整理,供同学系统温习之用。试卷的具体情景、题目与措辞每次不同,分值与结构以正式试卷为准;请以理解课程原理为本,勿将本文件内容当作标准答案背诵。

更多信息, 点击访问simhelper.site

一、考试概览 Assessment Overview

项目 Item	内容 Details
模块 Module	COM2107 Business Communication
评估形式 Format	笔试 Written Test;闭卷 Closed-book,不得携带未经许可的材料
时长 Duration	1 小时 30 分钟(90 分钟)
总分 Total	100 分
试卷结构 Structure	Section A(50 分,2 题)+ Section B(50 分,2 题),共 4 题
作答要求	全部作答(Answer ALL);每题另起一页;答题册封面须正确填写姓名
其他规定	不得使用计算器(也无需使用计算器);试卷与答题册不得带出考场,须全部上交

二、结构与评分一览

部分	题号	分值	考查重点(对应课程)
Section A	Q1	25	商务信息写作:说服/例行请求(Lectures 5、7、8、9、10)
Section A	Q2	25	团队与人际沟通 + 概念简答(Sessions 1–2)
Section B	Q3	25	封闭式问卷设计(Planning Reports / Primary Research)
Section B	Q4	25	数据分析简报(Planning & Completing Reports)

说明: Section A 偏「沟通原理 + 应用写作」,Section B 偏「研究方法 + 报告写作」。

三、四大题型详解

Q1 商务信息写作(Business Message Writing)· 25 分

题型说明:给定一个真实的工作或校园情景,要求撰写一封 150–250 字(words)的商务信息(a message),通常无需正式书信格式(no format required),重点在信息内容本身。信息须同时满足五项特质——**factual**(有事实依据)、**concise**(简洁)、**clear**(清晰)、**persuasive**(有说服力)、**polite / respectful**(礼貌得体)。

常见情景:向客服投诉并请求退款/换货(complaint + request);向导师或上级请求破例处理

(persuasive appeal)。其本质是 routine request / persuasive message,可套用 **AIDA(Attention–Interest–Desire–Action)** 与「you」attitude(读者立场)。

结构骨架(建议 3–4 段)

- 开头 — 表明身份与写信目的(who you are + purpose)。
- 主体 — 客观陈述事实:何时下单/发生、问题为何、你已采取的行动(facts, dates, actions taken)。
- 请求 — 明确、礼貌地提出诉求(a clear, polite request,如退款或换货 / 免罚评分)。
- 结尾 — 提供联系方式,礼貌收尾(contact info + courteous close)。

得分要点清单

- ✓ 覆盖题目列出的每一个 bullet 要点——漏一点即失内容分。
- ✓ 事实具体:含日期、单号、金额等细节,而非笼统抱怨。
- ✓ 语气礼貌而坚定,不指责、不情绪化(protect goodwill)。
- ✓ 字数 150–250 之间,超限会扣分;不逐字照抄题干(do not lift word-for-word)。

常见失分点:遗漏 contact information;只抱怨不提出明确请求;字数超限;语气过硬或过于卑微。

示例骨架(全新情景,仅供套用结构,非范文)——你在某健身房办了会员,系统连续两个月重复扣费,客服热线无人接听。请向会员服务主管写信,请求退还多扣款项。

- 第 1 段:自我介绍 + 目的(I am a member, ID: ____;写信目的为申请退还重复扣款)。
- 第 2 段:事实(首次扣费日期 / 重复扣费日期 / 金额 / 已尝试的联系方式与结果)。
- 第 3 段:明确请求(退还 \$__ 至原支付方式,并确认停止重复扣费)。
- 第 4 段:联系方式 + 礼貌结尾。

Q2 团队与人际沟通 + 概念简答 · 25 分

题型说明:给出一个团队协作出问题的情景(scenario),要求结合课程概念做「情景分析 + 概念简答」。常见子题包括:

- (a) 情景分析 — 识别无效倾听的表现(ineffective listening)及其对团队的影响;或「做得好 / 可改进 / 今后如何自处」(what was done well / could be done differently / handle in future);并提出团队协作或时间管理策略(teamwork / time-management strategies),须给具体做法。
- (b) 概念简答 — 定义并举例 audience-centred approach,或描述其若干要素(elements);亦可能考团队合作的优点(advantages of teams)并举例。

答题结构(每一小问都用「点—释—例」)

- Point — 先给出概念或要点。
- Explain — 再作解释。
- Example — 最后结合情景或举例(link to scenario)。

得分要点清单

- ✓ 严格按题目要求的数量作答(要 TWO 就写两点,要 THREE 就写三点,不多不少)。
- ✓ 每一点都要「扣情景 + 举例」,只写术语不解释拿不到满分。
- ✓ 概念定义须准确(见文末「核心概念速查」)。

常见失分点:只罗列名词不解释;举例脱离情景;答题数量与题目要求不符。

Q3 封闭式问卷设计(Survey Question Design)· 25 分

题型说明:给定 5 条陈述(statements),将每条改写成一个封闭式问卷题(closed-ended survey question)。硬性要求:每题至少 4 个选项框(≥4 response boxes),不得出现开放式问题(no open-ended questions);通常保留「Others. Please specify: ____」作为兜底项。每小题 5 分,共 25 分。

结构模板(每题)

- 一句完整、指向该 statement 主题的问句(a clear question)。
- 4 个及以上互斥、周延的选项(mutually exclusive & collectively exhaustive)。
- 视情况加「Others. Please specify: ____」。

得分要点清单

- ✓ 问句紧扣该 statement 的主题,措辞清晰。
- ✓ 选项 ≥4 个,逻辑不重叠、覆盖常见情况。
- ✓ 数值型(年龄/频次/金额/时间)用区间且区间不交叠——如 18–20 / 21–23,而非 18–20 / 20–23。
- ✓ 全部为封闭式,无任何开放题。

示例(仅示范格式)

Statement: *Frequency of buying coffee on campus each week.*

Question: How often do you buy coffee on campus each week?

- ☐ 0 times ☐ 1–2 times ☐ 3–4 times ☐ 5–6 times ☐ 7 times or more

常见失分点:选项少于 4 个;区间重叠(20–30 与 30–40);写成开放式(如 Why do you...?);问句与 statement 主题不符。

Q4 数据分析简报(Data-Analysis Short Report)· 25 分

题型说明:给定图/表数据(graph / table),以某人助理(PA)身份写一份 1–3 页的简短商务报告(short report)。要求分析(analyse)数据的关键趋势——不能只描述数字,要有解读,并据此提出 2–3 条建议(recommendations),给出可执行细节。评分通常拆为 Content / Writing technique(Language)/ Format 三块。

报告结构骨架(须用 headings / sub-headings)

- 标题 Title of Report
- **1.0 Introduction** (若题目已给出则不重写):Authorisation / Background / Purpose / Scope / Sources & Methods。
- **2.0 Findings & Analysis** 逐项分析数据:趋势方向、涨跌幅、对比、原因解读。
- **3.0 Recommendations** 2–3 条,每条含「做什么 + 怎么做」。
- **4.0 Conclusion** 重申要点,收束全文。

得分要点清单

- ✓ 有清晰标题与编号小标题(numbered headings);优先用 informative headings 而非仅 descriptive。
- ✓ 「分析」而非「复述」:指出趋势方向、变化幅度(如四年上升 20 个百分点)并给出原因/影响。
- ✓ 建议数量正确、具体可行,并呼应前文分析。

✓ 用自己的话改写题干,不照抄;篇幅控制在 1–3 页;采用客观语体(impersonal / objective tone)。
常见失分点:只描述数字不分析;建议空泛(如「多沟通」);无小标题或格式混乱;照抄题干;题目已给的 Introduction 又抄一遍。

示例骨架——某校园书店三年「电子书 vs 纸质书」销量占比数据,店长请你分析并向管理层提建议。

- **2.0 Findings & Analysis:**电子书占比由 __% 升至 __%,年均约 __;纸质书相应下降;解读原因(价格 / 便携 / 课程电子化)。
- **3.0 Recommendations:**① 扩充电子书目并推订阅制(如何做);② 对纸质书做捆绑/清仓(如何做);③ 增设自助电子借阅点(如何做)。

四、再次提醒

- **时间分配** — 90 分钟 / 100 分,Section A、B 各留约 40 分钟,余 10 分钟检查。
- **字数纪律** — Q1 严守 150–250 字;Q4 控制 1–3 页;超限均扣分。
- **三步写作法** — 3-step writing process(Plan → Write → Complete)贯穿所有写作题。
- **「You」 attitude** — 读者立场:从对方需求与利益出发遣词造句。

五、附录：Q2 需要用到的核心概念

概念 Concept	要点 Key Points
Audience-centred approach 读者中心法	以受众为中心,用对方能理解、感到被尊重的方式传递信息;要素含倾听能力(listening)、书写/口头风格(writing & speaking style)、维系良好关系(positive working relationships)。
Four types of listening 四种倾听	Content(理解并记住信息)/ Critical(评估逻辑与证据)/ Empathic(体察情绪需求)/ Active(排除偏见真正理解)。
Barriers to listening 倾听障碍	Selective listening / Prejudgment / Selective perception / Poor physical reception / Lack of common ground / Memory problems / Effects of emotions。
Ineffective listener 无效倾听表现	被动听、随意打断、不做笔记、少眼神交流、带偏见评判、易分心走神。
Advantages of teams 团队优点	Information & knowledge(汇聚经验)/ Diversity of views(多元视角)/ Acceptance of solution(方案更易被接受)/ Higher performance(绩效更高)。
Disadvantages of teams 团队缺点	Groupthink(从众思维)/ Hidden agenda(隐藏动机)/ Cost(协调成本高)。
AIDA	Attention → Interest → Desire → Action:说服信息(persuasive message)的经典骨架。
Direct / Indirect approach 直接 / 间接法	好消息/中性消息用直接法(先给主旨);负面消息(negative message)可用间接法:Buffer → Reasons → Bad news → Positive close。

Report structure 报告结构	Introduction → Body(Findings & Analysis)→ Close;正式报告可含 Authorisation / Background / Purpose / Scope / Sources & Methods。
------------------------------	--

仅供参考,。依据 COM2107 模块教学材料整理。