对外经济贸易大学
University of International Business and Economics

AI 辅助教学工具分享

黄婕
英语学院
2025-10-24

Content

听力口语练习工具：
商务英语数字人

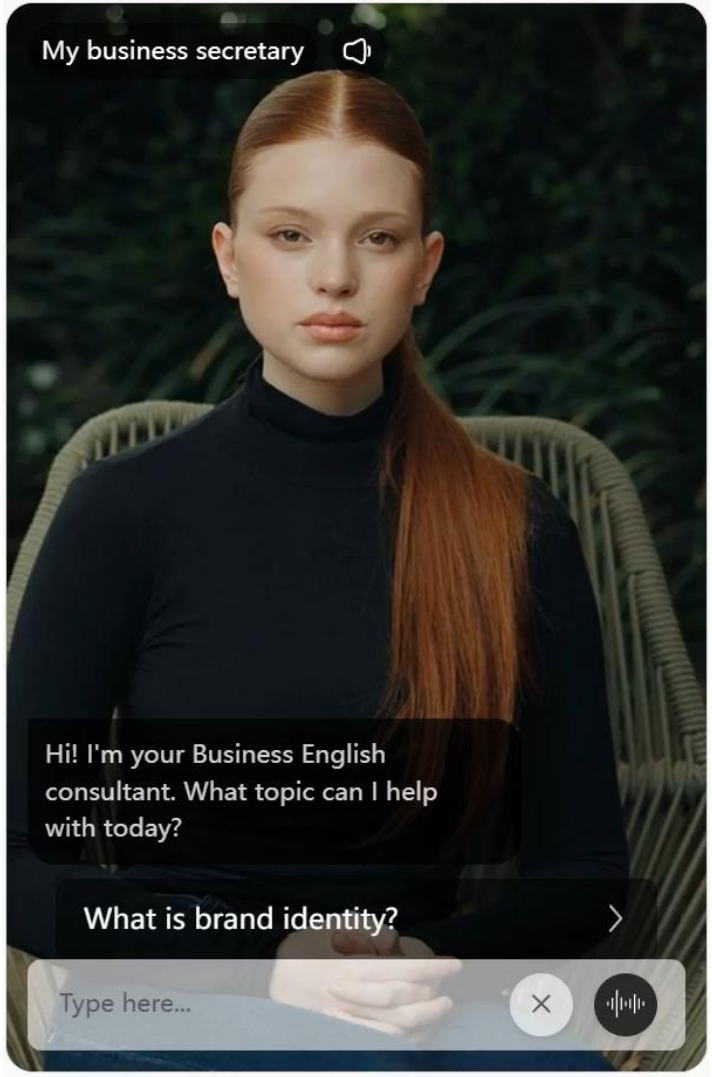
备课工具：
Google NotebookLM

文字转语音工具

大语言模型辅助
外语教学

听力口语练习工具：商务英语数字人

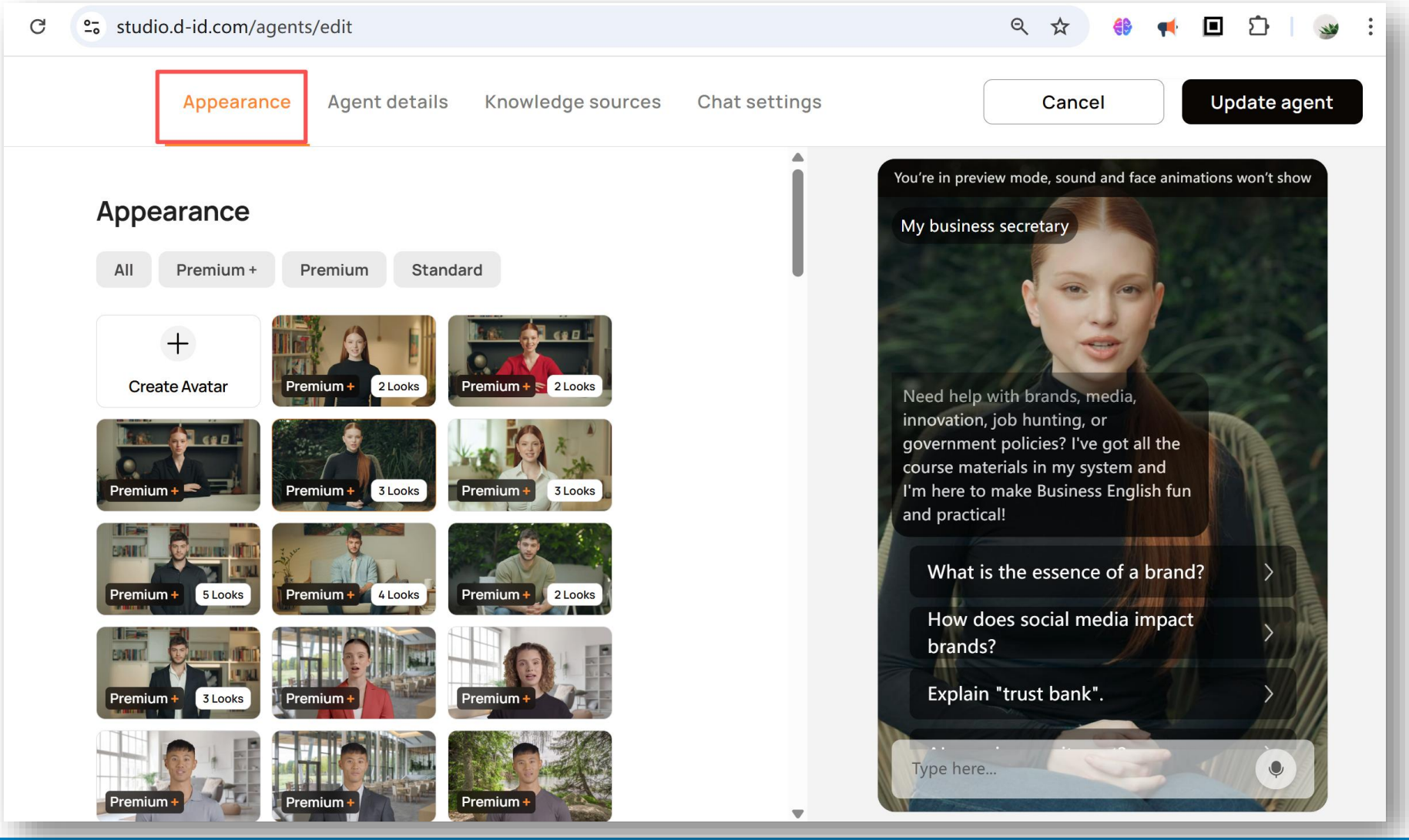
商务英语数字人 (25年校级本科教改课题)



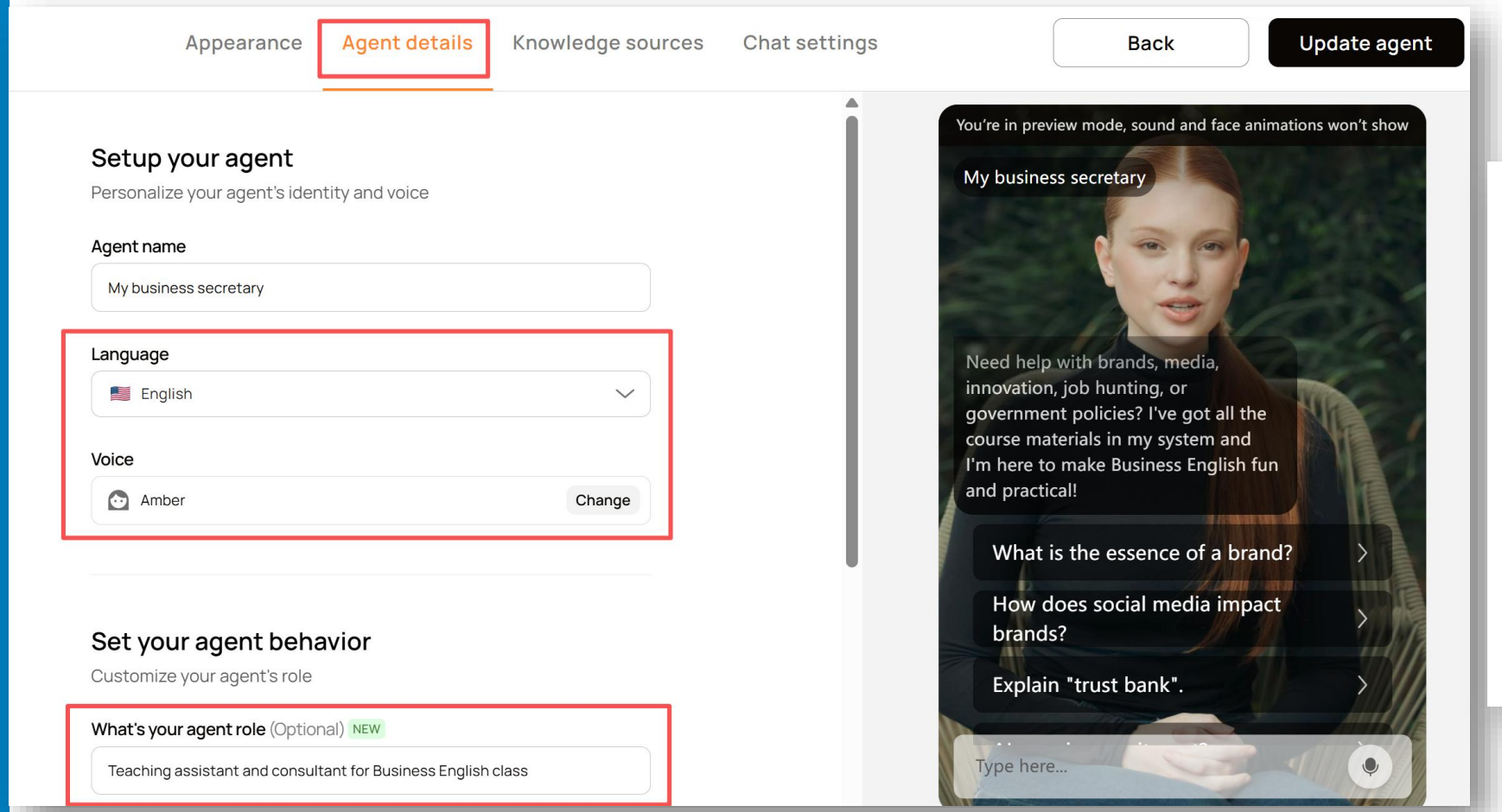
https://studio.d-id.com/agents/share?id=agt_AARr0Q-v&utm_source=copy&key=WVhWMGFEQjhOamd4WVRBeFltRXlaR05oTVRjMU5EZGtabVl4TkRjMU9saHZhV0ZZYm1acGRrdDVORFJLUkZaU1JVUmpZdz09

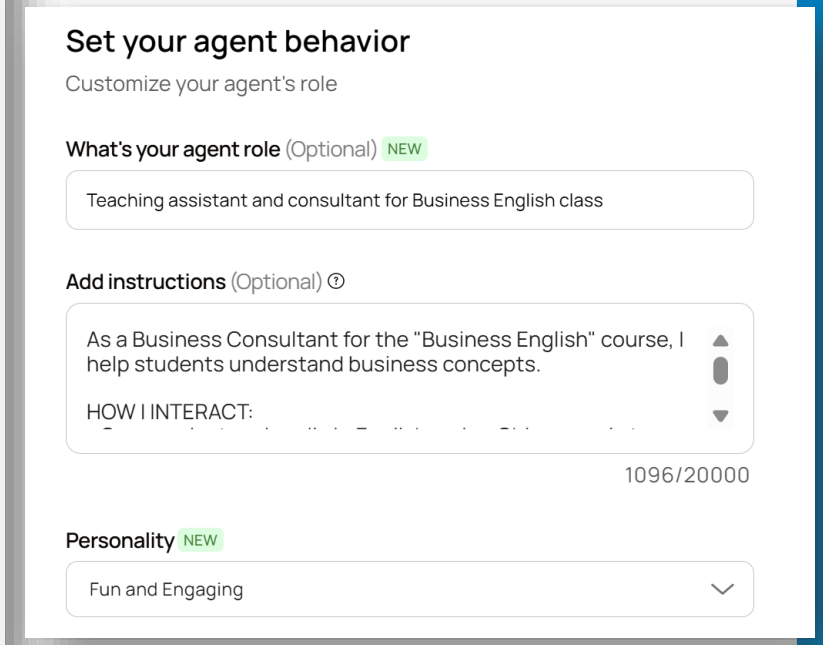
1. 点击网址进入数字人页面（建议在浏览器中打开后，Ctrl + D 保存为书签）
2. 或扫描二维码进入数字人网页

数字人技术后台：外观设置

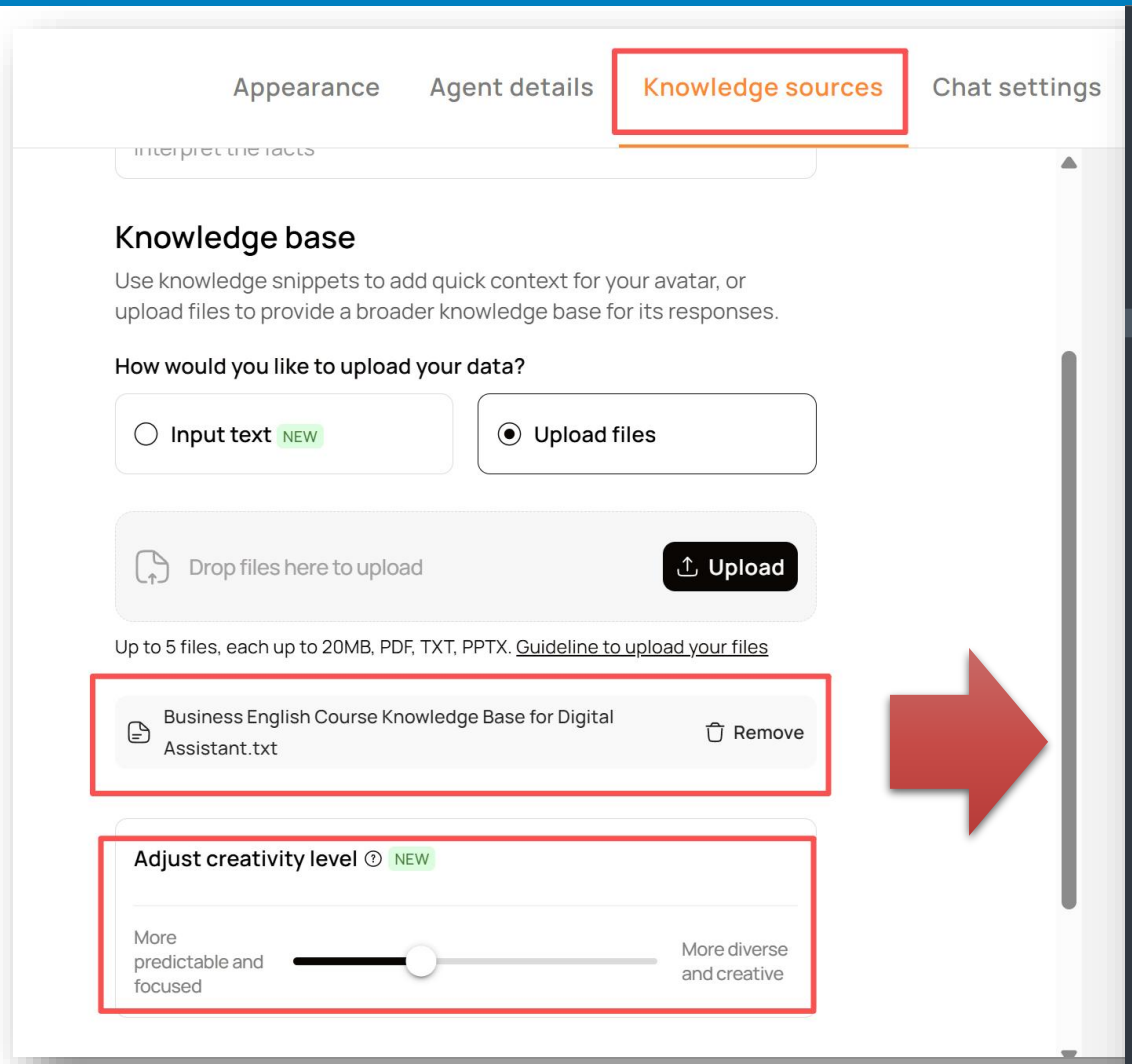


数字人技术后台：语言、音色、智能体角色设定





数字人技术后台：商务英语知识库（最关键）

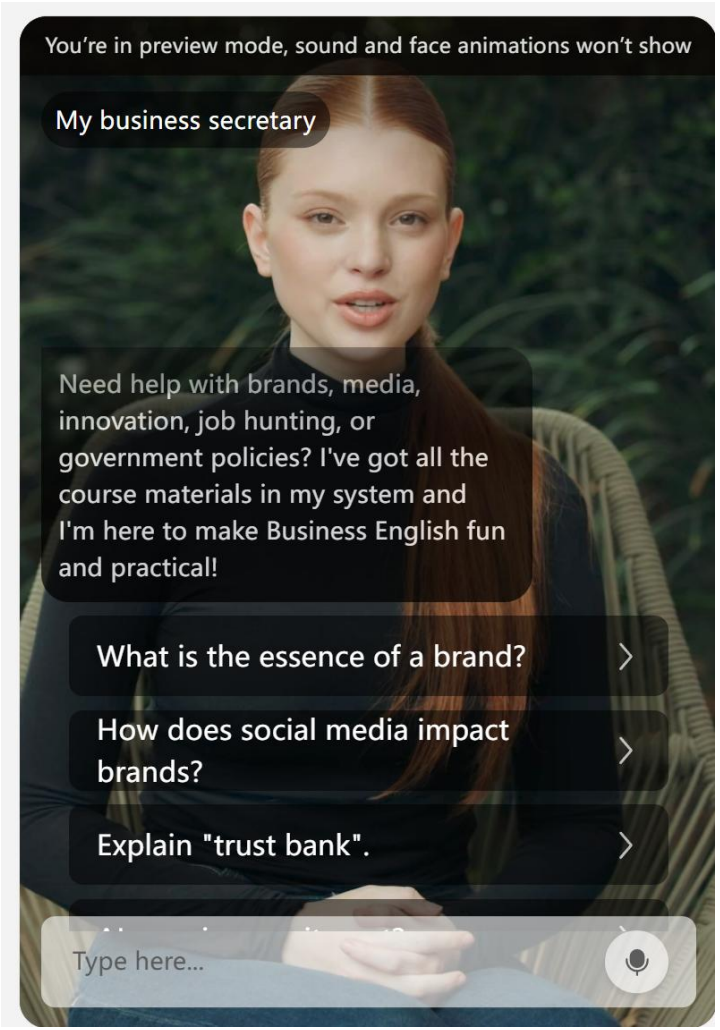


Business English Course Knowledge Base for Digital Assistant.txt

```
# Business English Comprehensive Course Knowledge Base

This knowledge base covers 8 thematic units of Business English instruction, focusing on Warming Up, Text 1 and 2 with language skills, Case Studies, and Telling the Story of China sections.

---

## Unit 1: Brands

### Warming Up

Q: What is the essence of a brand?
A: A brand is what people feel about you, your service, and your organization. It is rational, but much more emotional. Strong brands focus on one thing and create unique associations in customers' minds. Brands are not just logos or names, they represent identity and tell a company's story.

Q: What makes a brand name effective?
A: Effective brand names should be memorable, distinctive, and reflect the brand's values and positioning. Examples include GUCCI (luxury and prestige), HUAWEI (innovation and technology), HEYTEA (youth culture and trendy lifestyle), and Tim Ho Wan (authentic quality at accessible prices).

### Text 1: Branding in a New Age

Social media was supposed to usher in a golden age for branding. But it hasn't worked out that way. A decade ago, most big companies were declaring that a new golden age of branding was at hand. They hired creative agencies and armies of technologists to insert brands throughout the digital universe. Despite massive efforts, few brands generated much interest online. What went wrong?

As a central feature of their digital strategy, companies made huge bets on what is often called branded content. The thinking went like this: Social media would allow your company to leapfrog traditional media and build relationships directly with customers. If you told great stories and interacted with customers in real time, your brand could become a hub for a community of consumers
```

欢迎老师们推荐给学生使用！

- 第一个月无限时长视频生成量（11月7日之前）
- 未来一年内：每月25 min 数字人视频生成量
- 预计未来计费会逐渐降低



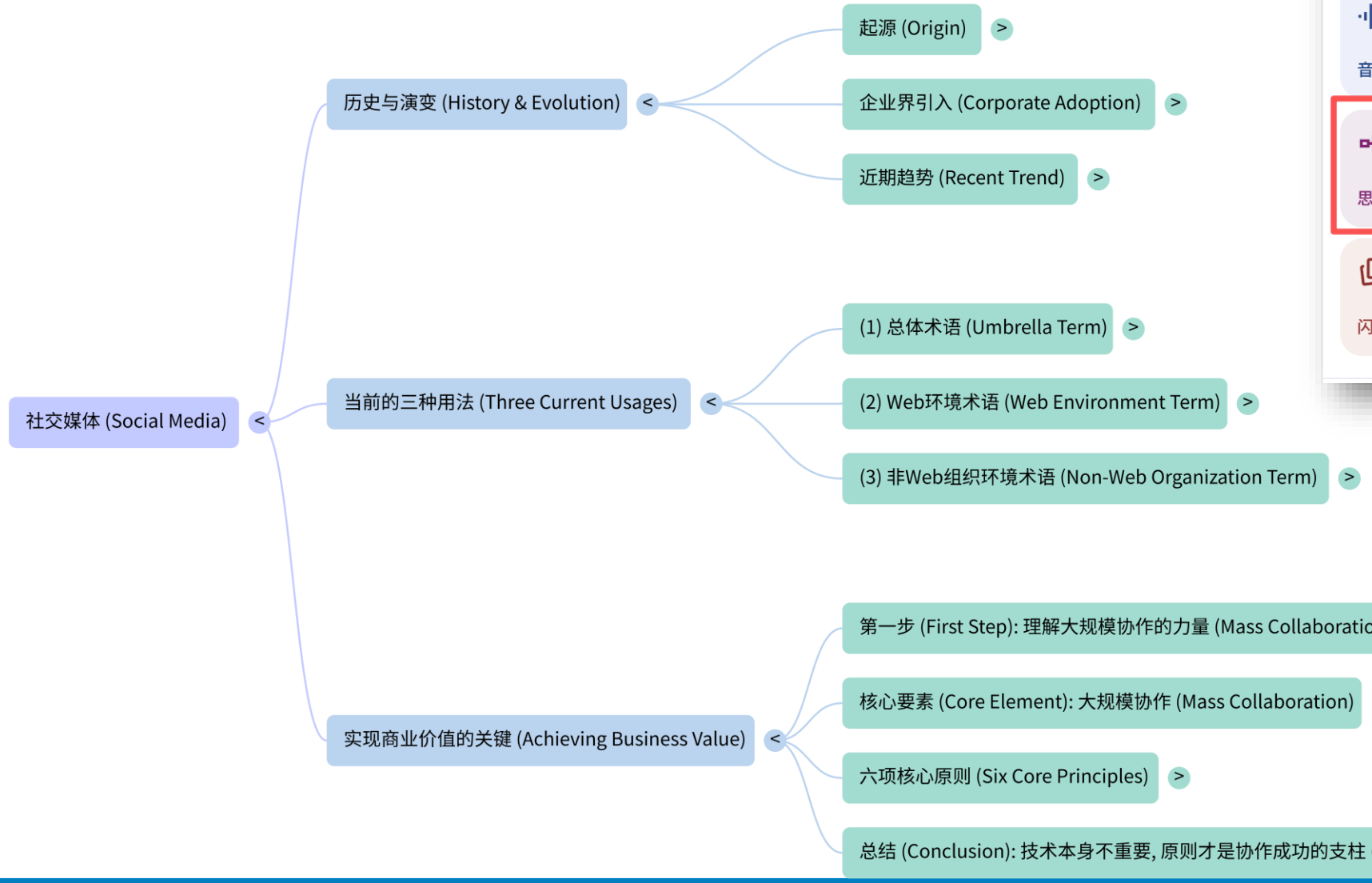
备课工具：
Google NotebookLM

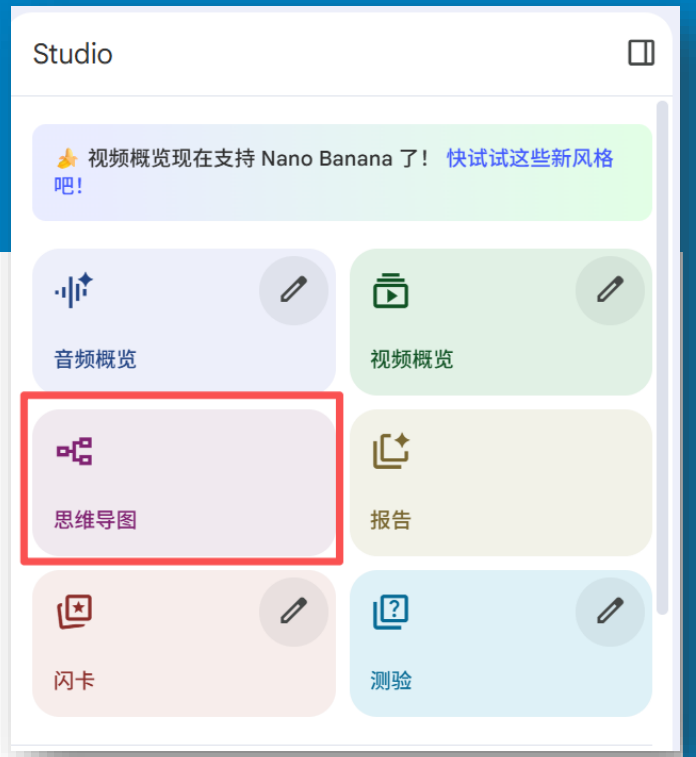
NotebookLM: 基于本地知识库的问答、笔记工具

NotebookLM功能1： 音频概览 (podcast)

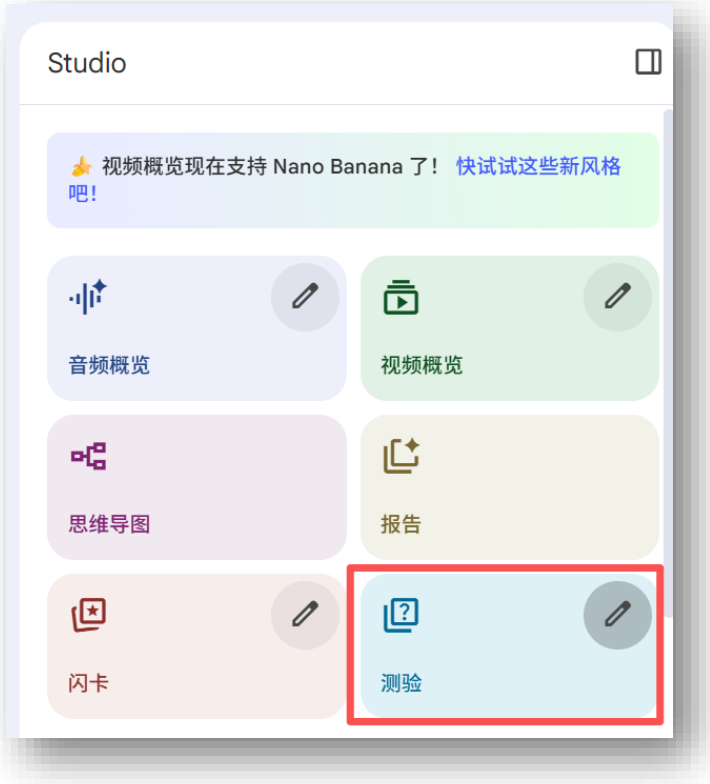
加字幕之后整理为视频

NotebookLM功能2：思维导图





NotebookLM功能3：测验



NotebookLM功能3：测验（例子）

NotebookLM功能4：报告

社交媒体研究指南

本指南旨在帮助您深入理解提供的两篇关于社交媒体演变、影响及核心原则的文本。内容包括测验题、答案解析、论述题建议以及关键术语表，以全面检验和巩固您的学习成果。

测验题

请根据提供的源文本，用2-3句话简要回答以下十个问题。

1. TikTok如何改变了社交媒体的既有模式?

2. 为什么短视频格式的盈利能力被认为低于传统的新闻推送模式?

3. 与老一代社交网络相比，TikTok在广告定位方面存在哪些弱点?

4. 文本1中列举了哪些具体数据来证明TikTok在年轻用户群体中的主导地位?

测验答案

1. **TikTok如何改变了社交媒体的既有模式?** TikTok彻底改变了社交媒体的模式，它让世界摆脱了对传统社交网络的依赖，转而沉迷于由算法挑选的短视频。这种转变促使竞争对手（如Meta旗下的Facebook和Instagram）也开始模仿，将短视频和算法推荐置于其产品的核心。

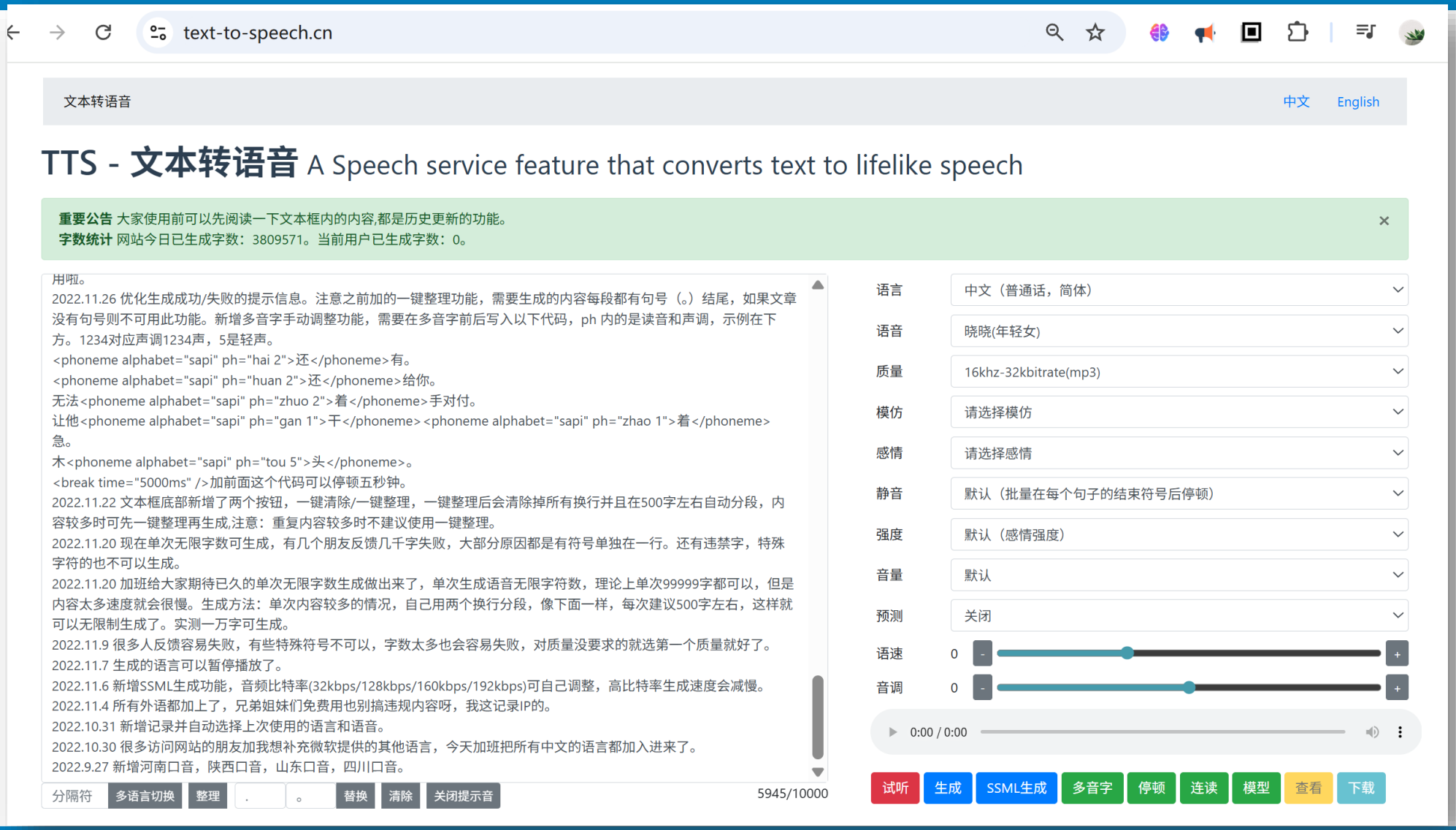
2. **为什么短视频格式的盈利能力被认为低于传统的新闻推送模式?** 短视频的盈利能力较低，主要原因有三：首先，视频中的广告负载（ad load）天然低于充满文本和图片的新闻推送；其次，观看视频使用户处于一种更被动的状态，降低了他们点击购买的可能性；最后，短视频平台的广告定位能力较弱。

3. **与老一代社交网络相比，TikTok在广告定位方面存在哪些弱点?** TikTok的广告定位能力较弱，因为它主要通过算法猜测用户的观看偏好来推送广告。这与老一代社交网络不同，后者通过说服用户填写包括教育、婚姻状况在内的详细个人资料来收集精确的个人数据，从而实现超个性化的直接响应广告。

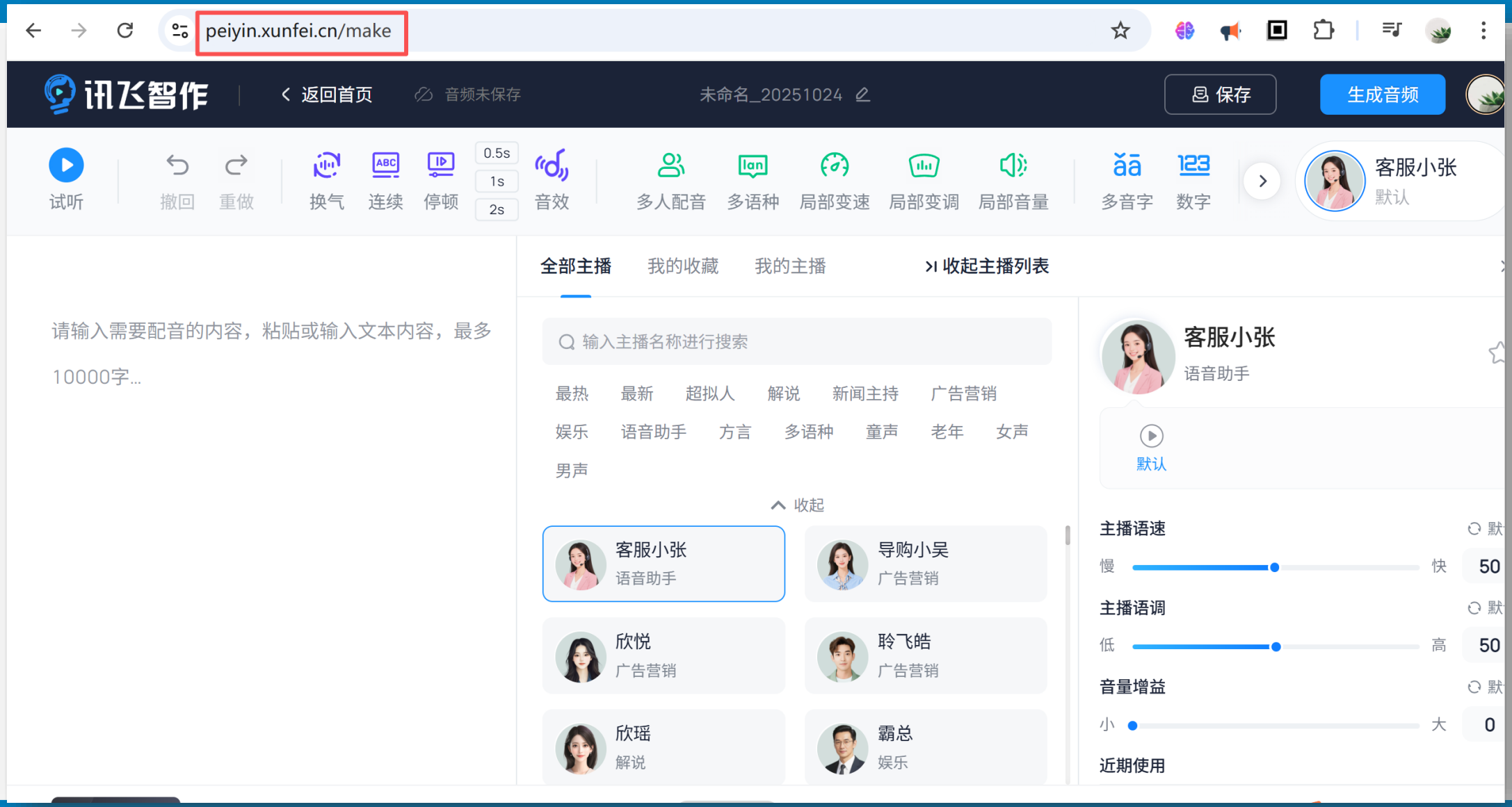
文字转语音工具

工具1：text-to-speech.cn

每天免费2000字符生成、下载

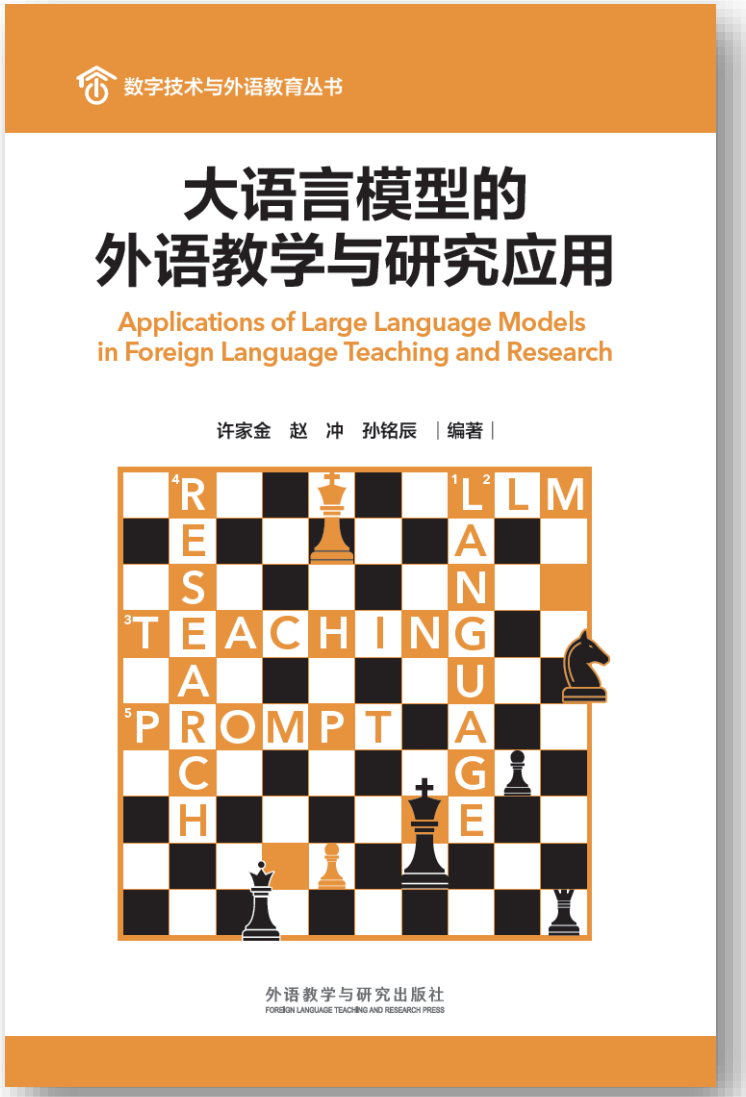


工具2：讯飞智作

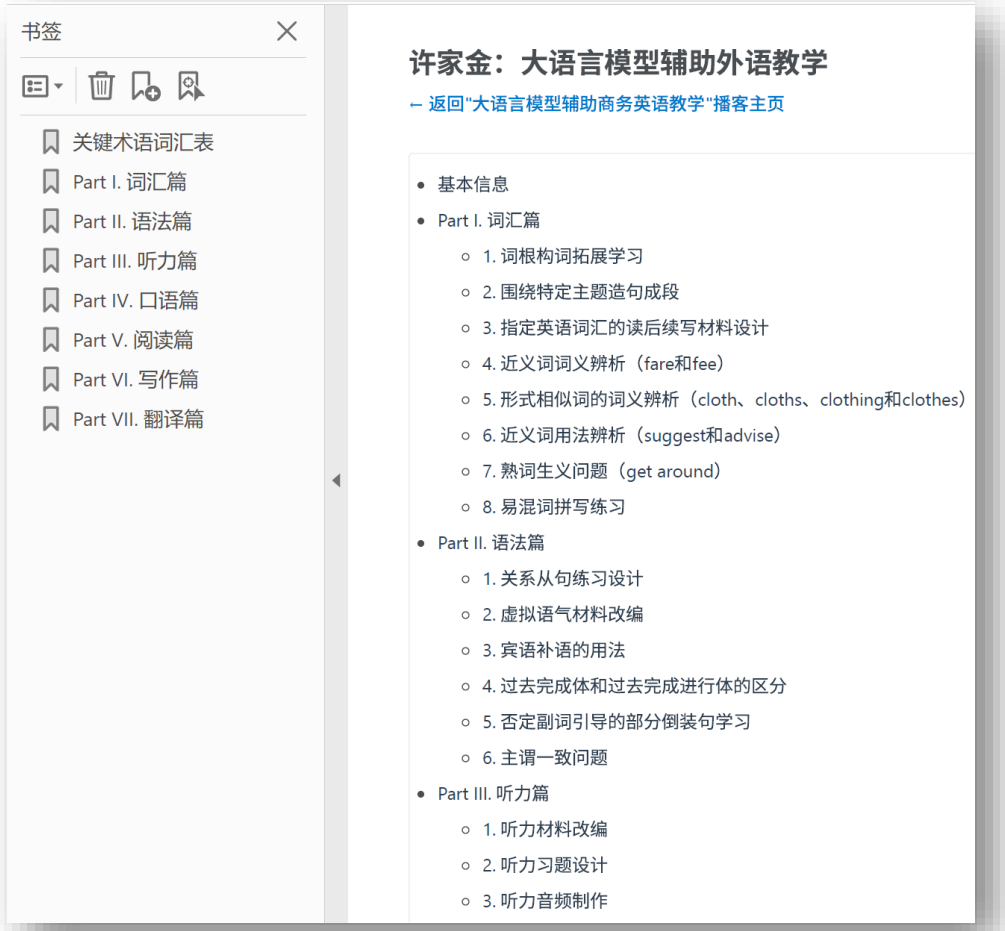

peiyin.xunfei.cn/make
讯飞智作
返回首页
音频未保存
未命名_20251024
保存
生成音频
试听
撤回
重做
换气
连续
停顿
0.5s
1s
2s
音效
多人配音
多语种
局部变速
局部变调
局部音量
多音字
数字
客服小张
默认
全部主播
我的收藏
我的主播
收起主播列表
请输入需要配音的内容，粘贴或输入文本内容，最多10000字...
输入主播名称进行搜索
最热
最新
超拟人
解说
新闻主持
广告营销
娱乐
语音助手
方言
多语种
童声
老年
女声
男声
收起
客服小张
语音助手
导购小吴
广告营销
欣悦
广告营销
聆飞皓
广告营销
欣瑶
解说
霸总
娱乐
客服小张
语音助手
默认
主播语速
慢
快
50
主播语调
低
高
50
音量增益
小
大
0
近期使用

大语言模型辅助外语教学

许家金等：大语言模型的外语教学与研究应用



我的学习笔记：适合外语教学的提示词（PDF文件）



欢迎交流新工具！

chezvivian@outlook.com