第一图书网, tushu007.com

<<大学英语新四级阅读周计划>>

图书基本信息

书名：<<大学英语新四级阅读周计划>>

13位ISBN编号：9787111309956

10位ISBN编号：7111309952

出版时间：2010-8

出版时间：机械工业出版社

作者：大学英语四六级考试命题研究组

页数：256

字数：323000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

前言

“ 英语周计划系列丛书 ”的大学英语四级和六级两个系列共8本书自去年问世以来，以其科学的时间安排、精炼的考点讲解、实用的技巧点拨、充足的针对练习、细致的名师点评和贴心的版式编排，赢得了广大读者的好评。
同时，各种真诚的建议和中肯的意见也陆续进入作者的脑海。
读者提出的建议都非常实用和贴心，让我们真切地体会到了广大读者对本丛书的厚爱，但也加深了心中的那份不安，因为，我们知道，我们肩负着广大读者对我们的期望。
编者深知肩上的这份期望的份量，因此，结合一年来使用本书的考生的反馈，根据第1版面世以后四六级考试出现的各种细微变化，本着精益求精的宗旨，编者对丛书进行了精心的改版，目的是最大限度地满足读者的使用需求，让读者最终能够自信、从容地走进四、六级考场。
相比前一版，第2版主要有以下几个特点：　　1.例题更新、更具实用性　　删去了陈旧的例题，换之以最新真题，让考生了解最新的试题形式和难度。
尤其是《大学英语新四级听力周计划》和《大学英语新六级听力周计划》两本书的例题，充分听取考生的建议，全部增加了录音，这样，考生能边看讲解边听录音，能更深入地领会书中所讲的知识和技巧。
2.讲解更精、更突出重点针对考生的弱点和考试的重点，对部分考点进行了更加细致的讲解，并对部分知识的讲解进行了重新编排，方便考生更彻底地掌握重点知识和技巧。
考生只要跟着周计划走过3～5周，在阅读中理解，在练习中体会，那么听力、阅读、综合测试、写作各个环节的重点和难点自然便可迎刃而解。
3.练习更强、更具针对性　　对于练习材料中比较陈旧的题目和过时的设题进行了替换，按照最新真题的标准重新选材、设题，以期让考生在有限的时间里最大限度地熟悉考试的题型和答题的技巧，时刻和考试动态保持同步。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

“ 英语周计划系列丛书 ”是针对我国读者的英语学习特点开发的、以“ 周 ”为谋篇布局单位、以“ 日 ”为具体实施单元的极具特色的英语辅导用书，具有思维创新、规划科学、目标明确、讲练结合、直击实战等特点。
《大学英语新四级阅读周计划》是本系列针对CET4的一个分册。
编者从阅读的题型特点和设题规律出发，针对考生复习中经常遇到的问题，为考生提供了一个完整的CET4阅读4周复习方案。
每周学习6天，共24天。
第一周快速阅读，第二周选词填空和简答，第三周篇章阅读；周一至周六每天一项任务，带你夯实基础，掌握技巧，各个击破；第四周精心设计了5套模拟自测题，带你在实践中检验自我，巩固提高。
4周的安排，目标明确，科学合理，帮助考生理清复习思路，快速提升阅读能力。

第一图书网, tushu007.com

<<大学英语新四级阅读周计划>>

书籍目录

丛书序 前言 阅读导学　一、四级阅读命题方向　二、典型试题自测　三、答案及点评　四、给考生的复习建议 第一周　快速阅读　星期一　熟练快速阅读四步解题法　一、方法介绍　二、专题演练　三、名师点评　四、练习中重点词句提炼　星期二　学会快速定位原文　一、定位线索　二、专题演练　三、名师点评　四、练习中重点词句提炼　星期三　练透多项选择题　一、题型揭秘　二、专题演练　三、名师点评　星期四　攻克是非判断题　一、题型揭秘　二、专题演练　三、名师点评　四、练习中重点词句提炼　星期五　拿下句子填空题　一、题型揭秘　二、专题演练　三、名师点评　四、练习中重点词句提炼　星期六　一周复习效果检验　Test 1　Test 2 第二周　选词填空和简答　星期一　熟练选词填空四步解题法　一、方法介绍　二、专题演练　三、名师点评　四、全文翻译　星期二　参透选词填空四大考点　一、考点透析　二、专题演练　三、名师点评　四、全文翻译　星期三　练习快速判断空格处词性和词形　一、技巧点拨　二、专题演练　三、名师点评　四、全文翻译　星期四　学会快速识别选词填空干扰项　一、技巧点拨　二、专题演练　三、名师点评　四、全文翻译　星期五　熟练简答三步解题法　一、方法介绍　二、专题演练　三、名师点评　四、练习中重点词句提炼　五、全文翻译　星期六一　周复习效果检验　Test 1　Test 2 第三周　篇章阅读 第四周　阅读模拟自测

章节摘录

Media Selection for Advertisements After determining the target audience for a product or service, advertising agencies must select the appropriate media for the advertisement. We discuss here the major types of media used in advertising. We focus our attention on seven types of advertising: television, newspapers, radio, magazines, out-of-home, Internet and direct mail. Television Television is an attractive medium for advertising because it delivers mass audience to advertisers. When you consider that nearly three out of four Americans have seen the game show Who Wants to Be a Millionaire? you can understand the power of television to communicate with a large audience. When advertisers create a brand, for example, they want to impress consumers with the brand and its image. Television provides an ideal vehicle for this type of communication. But television is an expensive medium, and not all advertisers can afford to use it.

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com