

<<商务英语翻译教程>>

图书基本信息

书名：<<商务英语翻译教程>>

13位ISBN编号：9787121114540

10位ISBN编号：7121114542

出版时间：2010-8

出版时间：电子工业出版社

作者：苏红，夏伟华 主编

页数：164

字数：292000

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>

<<商务英语翻译教程>>

前言

本书的设计原则打破了传统的编写体例，尝试以工作过程为导向，实施项目教学或模块式教学，通过任务驱动，实现学生在学中做，在做中学，教师在做中教。

与以往同类教材相比，本书具有如下几个特色：（1）教学理念先进，教学方法多样。本书按照任务驱动教学法的编写要求，可以灵活采用各种教学方法。

（2）思路清晰，框架合理。

本教程的设计思路以培养学生的实践能力和职业能力为核心，以英语实用文体的分类为整体框架，选材上注意使用各种商务环境中的真实材料，为学生创建一个真实的翻译实践情景。

并且在每个教学项目中都会穿插适当的翻译技巧，增强学生的翻译实践能力。

（3）内容翔实新颖。

本教程在编写的过程中注意使用最新的商务活动中的翻译实践材料，有助于学生掌握最新知识，模拟实践训练，培养职业能力。

（4）注重实践，形式多样。

翻译能力的提高主要在于亲笔实践，所以本教程在实践部分设计了大量的练习，以期能强化学生的翻译技能，巩固新知，熟练掌握职业技能。

本书由苏红、夏伟华担任主编，李婧、张美凤、许天虎担任副主编，郭立栋、孔伟参编。由于作者水平有限，书中疏漏和不足在所难免，恳请广大读者批评指正。

<<商务英语翻译教程>>

内容概要

本书内容分为10个模块，分别为：Business Cards、Trademarks、Company Introduction、Product Introduction、Advertising、Business Letters、Business Reports、Letter of Credit、Business Contracts、Sightseeing。

每一模块又分为几个任务，如项目准备、项目任务、项目训练等。

每一个大的任务下面又有几个小的任务，从不同的方面实现对主题模块的认识理解和训练。

本书可作为高职高专商务英语专业及相关专业教材，也可作为有关从业人员的培训教材或参考书。

<<商务英语翻译教程>>

书籍目录

Module 1 Business Cards Part 项目准备 1.1 名片简介 1.2 名片翻译技巧 1.3 名片翻译例析 Part
 项目任务 Part 项目训练 Part Useful Words and Expressions Module 2 Trademarks Part 项目准备
 2.1 商标简介 2.2 商标翻译中应遵循的原则及常用的翻译方法 2.3 商标翻译例析 Part 项目任务
 Part 项目训练 Part Useful Words and Expressions Module 3 Company Introduction Part 项目准备
 3.1 公司简介 3.2 公司简介的结构特点 3.3 公司简介的语言特点 3.4 公司简介的翻译技巧 3.5 公
 司简介文案及其翻译例析 Part 项目任务 Part 项目训练 Part Useful Words and Expressions Modu
 4 Product Introduction Part 项目准备 4.1 产品说明书简介 4.2 产品说明书样例 4.3 产品说明书
 语言特点 4.4 产品说明书的翻译技巧 4.5 英文产品说明书及其翻译赏析 Part 项目任务 Part
 项目训练 Part Useful Words and Expressions Module 5 Advertising Part 项目准备 5.1 广告简介
 欣赏广告语并体会语言特点 5.3 广告的语言特点 5.4 广告的翻译技巧 5.5 广告文案及其翻译赏析
 Part 项目任务 Part 项目训练 Part Useful Words and Expressions Module 6 Business Letters Part
 项目准备 6.1 商务信函简介 6.2 商务信函的类型与特点 Part 项目任务 Part 项目训练 Part
 Useful Words and Expressions Module 7 Business Reports Part 项目准备 7.1 商务报告简介 7.2 商务
 报告的语气特点 7.3 商务报告的语言特点 7.4 商务报告的翻译技巧 Part 项目任务 Part 项目训
 Part Useful Words and Expressions Module 8 Letter of Credit Module 9 Business Contracts Module 10
 Sightseeing 参考文献

<<商务英语翻译教程>>

章节摘录

广告语篇的主要功能在于它的呼唤功能，即号召读者接受广告宣传的商品或服务。一般来说，广告文案生动活泼、雅俗共赏，其感染力来自其文字技巧。只有当广告文字具有特殊的艺术魅力，才能瞬间引起读者的注意，刺激其购买欲望，促成其购买行为。

因此，广告翻译的关键是要使广告译文对读者具有同样强烈的感染力，以实现其预期功能。具体地说，要把握以下几点：（1）广告是一种营销手段，广告翻译必须考虑广告的受众。根据不同广告的不同受众，灵活采用翻译策略，把握广告的整体效果。同时要充分考虑文化差异，使广告译文对文化背景迥然不同的读者也具有感染力。

（2）广告译文要充分体现广告的信息功能和劝说功能。广告翻译既要注重广告的表意，又要注重广告的传情。因此，广告译文的语言不仅要生动形象、精练恰当，而且要明白易懂、醒目易记，以充分体现广告语言必须具有的引人注目、唤起兴趣、激发欲望、令人信服和敦促行动这五个特点。

（3）商务翻译要遵循忠实、得体、统一的标准。广告译文也要尽可能地体现原文的文体特点，用相应的题材和文辞体现原文文采，再现原文语言的感染力。

5.4.2 广告英语翻译方法 1. 直译法 据纽马克的定义，直译就是把原文语言的语法结构转换为译文语言中最近似的对应结构，但词汇则依然一一对译，不考虑上下文，可以理解为在译文中既保留原文内容又保留原文形式，特别是保留原文的语言特色。

例如“Just do it”，可以对等地翻译为“只管去做”。

而“opportunity Knocks！”

”这一则房地产广告运用了拟人的修辞手法，则可以直译为“机会在敲门！”

”

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>