

<<新大学英语阅读教程2>>

图书基本信息

书名：<<新大学英语阅读教程2>>

13位ISBN编号：9787301171011

10位ISBN编号：7301171013

出版时间：2010-4

出版时间：北京大学出版社

作者：张玉莲，肖文杰，（美），费莱格 主编

页数：258

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>

<<新大学英语阅读教程2>>

前言

历史跨入21世纪之后,伴随着中华民族的发展和崛起。更好地培养具有高水平的英语应用能力的新世纪人才便成为我国大学英语教学所肩负的重要任务,也是时代所赋予的使命。

如果说,在人类开始步入现代社会的19世纪,马克思说“外国语是人生奋斗的一种武器”,歌德说“只通晓一种语言的人无法真正理解他的母语”,主要是着眼于掌握和使用一门外语对作为个体的人的作用和意义,那么在当今社会各个领域都日益全球化、多元的民族文化融合交织的复杂背景下,无论是个人还是国家和民族,掌握并运用一门作为国际通用语言的外语,对其存在与发展的重要性都是不言而喻的。

在教育领域,教材历来是教学的重要基础。

教材的质量与特征也在很大程度上决定教学效果。

就大学英语教学而言,教材的不断更新和建设历来是促进教学改革、提高教学质量的重要基础和先行任务。

在国家的宏观政策方面,国家教育部和全国高校外语教学指导委员会长期以来一直坚定推行大学英语教学改革,制定并颁布了新时期的《大学英语课程教学要求》,为大学英语教材的编写及其教学工作提供了指导与依据。

在上述背景下,北京大学教材建设委员会重点立项“大学英语”教材建设,北京大学出版社具体组织、策划了本套《大学英语立体化网络化系列教材》的编写和出版工作,并被教育部批准为普通高等教育“十一五”国家级规划教材。

作为《大学英语立体化网络化系列教材》的重要组成部分,《新大学英语系列教材》原由美国最大的教育出版社之一Houghton Mifflin出版社刊行,其主要特色是:基于目前全球化的教育背景,在教材内容中注重培养国际化视野,传授综合性的学术知识,循序渐进地提高英语基础和应用能力。

2009年,北京大学出版社将该教材引入国内后,我们根据国家教育部和全国高校外语教学指导委员会制定的《大学英语课程教学要求》,结合当前国内高校英语教学的普遍现状,对原教材进行了全面修订,酌情删节和补充,旨在保留其主要内容与特征的基础上,充分体现我国大学英语教学的宗旨和特色。

<<新大学英语阅读教程2>>

内容概要

本系列教材由北大外国语学院副院长刘树森教授、清华大学英语系副主任刘世生教授联合总主编，对原版引进的阅读教材进行针对国内“三本”院校的本土化改编。

本教材是典型的贯彻了“任务依托式”教学理念的大学英语教材，丰富多样的任务让学生由过去机械被动的阅读转变为了积极参与式的阅读。

本书在美国主要针对社区大学中母语为非英语国家的移民学生，符合高教司关于大学英语教学改革及4、6级考试改革的精神及政策导向。

本书主要用作大学本科公共英语阅读教材，同时尤其适合准备出国留学人员自学使用，因为选材多为真实的学术情景下的语篇，注重培养学术技能，有助于读者提高英语及学术语言能力。

书籍目录

CHAPTER 1 The Global Melting Pot ACADEMIC FOCUS: SOCIOLOGY AND INTERNATIONAL STUDIES
Reading Assignment 1: Buicks, Starbucks and Fried Chicken: Still China? Reading Assignment 2: The Muslim
World of Colas Reading Assignment 3: The Roots of Old and New World Foods CHAPTER 2 What Makes You
You? ACADEMIC FOCUS: GENETICS AND PSYCHOLOGY Reading Assignment 1: The Nature versus
Nurture Debate Reading Assignment 2: The Wild Boy of Aveyron Reading Assignment 3: Linking Psychology
and Genetics CHAPTER 3 Norms and Values: To Sleep, To Dream ACADEMIC FOCUS: PHYSIOLOGY AND
PSYCHOLOGY Reading Assignment 1: While You Are Sleeping Reading Assignment 2: What Is Dreaming
Reading Assignment 3: The ABC's of Dreams CHAPTER 4 Women Speak Out ACADEMIC FOCUS:
LITERATURE AND WOMEN'S STUDIES Reading Assignment 1: Lessons for Women Reading Assignment 2:
At Last Free Reading Assignment 3: A Domestic Dilemma CHAPTER 5 Cracking the Ice Age ACADEMIC
FOCUS: GEOLOGY AND ARCHAEOLOGY Reading Assignment 1: The Story behind the Ice Age Reading
Assignment 2: The Ice Man Cometh/ 183 Reading Assignment 3: Kill, Chill, or Ill? What Happened to the Ice Age
Mammals CHAPTER 6 Science and Society: Up from Slavery ACADEMIC FOCUS: HISTORY Reading
Assignment 1: Slavery in America Reading Assignment 2: A Slave's Journey in Sudan Reading Assignment 3:
From Restavec: From Haitian Slave Child to Middle-Class American Keys

章节摘录

2 Zam-Zam Cola , Mecca-Cola , Qibla-Cola , Star Cola , Arab-Cola , and Cola Turka are gaining popularity in Muslim and other countries worldwide. The three latest entrants in the “ cola wars ” Mecca-Cola , Qibla-Cola , and Cola Turka-use politically minded advertisements to urge customers to buy cola drinks marketed by Muslim-owned companies , not American brands. 3 Mecca-Colas cans and bottles have red-and-white designs similar to Coca-Colas. But their bottles also promise that 10 percent of its profits will be donated to Palestinian children. And their ads have a strong message : buy local , not U.S. brands : “ No more drinking stupid , ” say Mecca-Colas ads. “ Drink with commitment. ” Mecca-Cola was started in France in November 2002 by a French businessman of Tunisian origins.

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>