第一图书网, tushu007.com

<<卓越汉语>>

图书基本信息

书名：<<卓越汉语>>

13位ISBN编号：9787560096216

10位ISBN编号：7560096212

出版时间：2010-5

出版时间：外语教学与研究出版社

作者：史中琦 主编，史中琦 等编著

页数：260

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

内容概要

本教材专为目前正在或者有意到中国实习或工作的汉语学习者设计，并可供对中国经济问题和商务文化感兴趣的外籍商务人士使用。
本教材以学习者的实际需求为导向，紧密结合语言学习和商务实际，力求全面提高学习者在商务场合的语言运用能力和跨文化交际能力。
同时，穿插介绍中国商务文化交往的特点及规则，并涉及中国经济背景知识方面的众多热点内容。
本教材共设11篇主课文及一篇关于简历设计和求职提示的补充内容。

书籍目录

第1课 初到公司第2课 会见客户第3课 考察市场第4课 参观工厂第5课 部门会议第6课 认识同行第7课 产品展示第8课 汇报工作第9课 人际交往第10课 赠送礼物第11课 投资理财求职提示参考答案符号说明

章节摘录

在全球经济一体化的过程中，中国利用丰富的资源和廉价的劳动力，大力发展出口贸易，成为名副其实的“世界工厂”。
2006年，中国外贸出口近万亿美元。
2008年，这个数字就达到2.56万亿美元。
但由于中国企业主要从事贴牌生产和订单贸易，所以自有品牌出口比例还不到10%，能够打造世界品牌的中国公司更是寥寥无几。
Interbrand亚太首席执行官Ferry O1iver认为，贴牌生产并非长久之计，因为只要有人能够生产成本更低、质量更好的产品，它的市场份额也就会随之丧失。
因此，打造世界品牌，获得全球消费者的认可，对于大多数中国企业来说，是一个全新的挑战。
当今全球市场上的领导品牌几乎都是美欧日的百年老店，它们具有成熟的品牌管理模式和丰富的品牌运作经验。
在消费者心目中，他们就好像处于品牌金字塔的顶端，不但高高在上，而且地位相当稳固。
而中国企业，无论是规模还是经验，都处于劣势，还无法与世界名牌抗衡。
而且，“中国制造”的廉价低档形象也不是一朝一夕就可以改变的。
有人说，中国企业打造世界品牌的过程跟从金字塔的最底端向上爬一样艰难。
让中国人感到欣慰的是，已经有一些中国品牌迈出了国际化的第一步，比如联想、青岛啤酒、海尔、华为和奇瑞。

编辑推荐

《卓越汉语：公司实战篇》共11课，并包含关于简历设计和求职提示的实用性补充内容。

本教材的主要特点如下：　　内容实用：选取常见的在华商务交际场景，以实际的公司实习情节串联起众多商务交往活动，帮助学习者掌握典型的商务交际表达方式，提高其实际商务交际能力。

角度独特：每课划分为“对话”（Conversaion）、“文化”（Culture）和“经济背景”（Context）三个部分，从不同角度为学习者提供在中国实习和工作所需要的语言、文化和其他相关知识储备。

练习丰富：题目丰富，形式多样，综合练习听、说、读、写各种语言技能，基于任务的练习设计理念增加了练习的有效性。

学习者试用本教材的反馈：I enjoy the structure of the textbook and how each chapter has the Conversation，Culture，and Context sections.I also think the choices of topics for each chapterare appropriate and very useful for students interested in business in China.The textbook is straightforward and I feel that my reading and writing ability havedefinitely improved.The course combines a good mix of learning about Chinese business culture，modern business in China，and the appropriate vocabulary and grammar in thiscontext.

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