

<<当代商务英语阅读教程（全一册）>>

图书基本信息

书名：<<当代商务英语阅读教程（全一册）>>

13位ISBN编号：9787561761526

10位ISBN编号：756176152X

出版时间：2008-8

出版时间：华东师范大学出版社

作者：井升华 编

页数：116

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

《当代商务英语阅读教程》的编写思路立足于培养学生直接阅读商贸英语文献的实际能力，而不是培养和提高应付一些考试的能力和技巧。

因此，教材编写着力于扩大学生语言知识面、增加阅读商务英语的词汇量和相应的语言知识。

练习的设计也围绕上述宗旨，没有流行的多选题型。

重点放在词汇上，放在topic-based content vocabulary以及常用的词汇辨析上。

例如，“价格”这个词在英语中有多种表达用词，什么情况下用price，什么时候用rate，什么时候用terms等等皆用实际使用的句子说明。

类似的例子在教材练习中大量涉及。

正如教材学生用书前言所述，“练习中也不忘拓宽该话题知识面以及该话题常用表达和词汇。

作者意图是通过内容掌握词汇，通过词汇熟悉内容。

而这些内容和词汇具有实用价值，必将在今后实际工作中产生效益和作用。

”这里提到的“实用价值”即今后的商务英语阅读。

它应该是商务英语学生学习及掌握英语这个工具的目的所在。

因此，教师在实际教学中要注意拓宽学生阅读知识面及词汇面。

有些课文内容对长期接受传统模式外语教学的教师来讲，阅读起来也会有困难，因此也有再学习的过程，也有知识更新的过程。

要教好商务英语，不通过这一关，显然是不够的。

从这个角度来讲，备课本身就是一个学习过程、一个知识更新过程。

何乐而不为呢！

<<当代商务英语阅读教程（全一册）>>

内容概要

《高职高专十一五规划教材：当代商务英语阅读教程（1-2）（全1册）（教师用书）》编写目的是为了给采用《当代商务英语阅读教程（1-2）（全1册）（教师用书）》的兄弟院校教师提供参考，但不希望因此限制使用者创造性的教学实践，《当代商务英语阅读教程（1-2）（全1册）（教师用书）》也可以为自学者提供某些方便，我们同样希望我们不要对此书产生依赖。

作者简介

井升华，男，1943年9月生，江苏南京人，回族，教授。
现任职于南京理工大学外语系，江苏省高校外语教学研究会常务理事，江苏省高校外语教学研究会主办刊物《江苏外语教学研究》主编。
发表论文和文章计40余篇，出版专著5部计200多万字，研究生教材2部计60多万字，担任5套有关大学英语教学方面丛书17本（计270万字）总主编。
1993年创办《江苏外语教学研究》并担任主编。
主编五本江苏高校外语研究会年会论文集。
1995年起应邀担任北京高校外语教学研究会主办刊物“大学英语”实用文体专栏特约主持人，在每月一期的刊物上向全国读者介绍英语实用文。
主办48期专栏。
自1996年起应邀担任南京电视台英语新闻节目顾问，目前的科研项目是“探索非英语专业大学外语教学向实用型教学内容和教材过渡的可行性研究，通过调研，提出非英语专业大学外语教学涉及实用型教学内容和教材的语言共核框架，为面向21世纪实用型外语教材的编写提供依据。
被江苏省教委、江苏省学位委员会授予江苏高校优秀研究生教师称号。

书籍目录

Book 1 Unit1 商标知多少 Unit2 广告风云录 Unit3 广告妙语 Unit4 传媒巨子风云录 Unit5 营销为王 Unit6 探秘营销模式 Unit7 销售文化 Unit8 期中复习 Unit9 知识产权必知录 Unit10 网络&“E”生活 Unit11 点击电子商务 Unit12 货币大观 Unit13 银行业务窥奥 Unit14 交易小百科 Unit15 社会保障 Unit16 期末复习
Book 2 Unit1 汽车与交通 Unit2 “租”出好生意 Unit3 观光“财道” Unit4 商贸经典路—丝绸之路 Unit5 创意掘金 Unit6 服务至上&休闲招财 Unit7 商界谈吃 Unit8 期中复习 Unit9 商界英雄记 Unit10 企业及其系统 Unit11 管理科学管窥 Unit12 聚焦企业文化 Unit13 “交往”手段制胜 Unit14 兼并浪潮 Unit15 证券英语趣谈 Unit16 期末复习

章节摘录

商标 (trademark) 是一个机构最重要的无形资产 (intangible property)。

商标通常由文字、符号、设计或上述组合形成。

商标的主要作用是在市场交易过程中能把一个企业的产品或服务与其他企业的同类产品和服务区别开来。

商标对扩大产品销路、提升企业形象和影响起着重要作用。

一个机构的商标意识和商标注册是尤其重要的。

商标以注册形式获得承认，在此以后的其它同样或类似的商品或服务上采用与已注册的同样或类似商标的人可能构成侵犯注册权。

在国际上，商标管理和注册的依据是《商标国际注册马德里协议》(Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks) 以及各国的商标法 (Trademark Act)。

国际间互相注册商标已越来越普遍，其依据是《商标注册条约》(Trademark Registration Treaty)。

Trademark rights are acquired by the proper, continuous use of the trademark. A trademark that has not been registered with the Trademark Office is noted with TM. Registered trademarks are noted with. Although specific permission is not required for referential use, Microsoft does request that you use the trademarks and registered trademarks correctly and refer to them properly. Proper reference includes marking them with the appropriate trademark symbol (or TM) and using the correct product descriptor (at least 50% of the time). You should refer to the full product name and mark the trademark (s) completely at the first and most prominent reference, or as soon as practicable thereafter.....

编辑推荐

《高职高专十一五规划教材：当代商务英语阅读教程（1-2）（全1册）（教师用书）》是专门为高职高专商务英语专业学生而精心编写的。由著名英语专家主编，高职商务英语教学一线骨干教师、本科商务英语教学专家、英语语言教育专家和企业商务英语培训教师联袂编写，由外籍商务英语专家审定把关。本教材有以下特点：起点、难度适当，符合高职学生的实际特点；注重语言基本功，强化听说读写译技能训练；富有时代特色，商务与语言有机衔接；重在培养职业能力，适应商务职场的需要；配有光盘、多媒体课件及网站，方便课余巩固。

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>