

<<商务英语选读>>

图书基本信息

书名：<<商务英语选读>>

13位ISBN编号：9787810821933

10位ISBN编号：7810821938

出版时间：2004-1

出版时间：清华大学出版社

作者：肖云南 编

页数：162

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>

## &lt;&lt;商务英语选读&gt;&gt;

## 前言

迈入新世纪和加入WTO,我国正逐步地参与国际竞争,同世界接轨。

随着全球经济的发展和市场化运作,英语作为国际贸易用语变得越来越重要,社会上也越来越迫切的需要既有专业知识又能熟练运用英语的人才。

怎样才能有效地提高学生的实际语言运用能力,培养既有专业知识又能熟练运用英语的人才,使学生所学的知识跟上时代的节奏、符合社会经济生活的实际需求,已成为英语教育工作者的历史责任,也是日益发达的经济和社会发展的需要。

为此,我们根据各高校相关经贸专业英语的课程设置,以国际贸易的知识体系为背景,编写了这套《商务英语系列课程教材》。

本系列课程教材不仅注重英语听、说、读、写、译等基本技能的训练,而且注重经贸专业知识的培养。

本系列课程教材可供国际贸易、经济管理、国际金融、法律、英语专业商务英语方向的学生作为双语教材使用,亦可供具有一定英语基础的其他专业人员作为培训英语和国际贸易专业知识的教材使用。

《商务英语系列课程教材》是教育部新世纪网络课程建设工程项目成果之一,本系列教材包括《商务英语听说》、《商务英语阅读(精读本)》、《商务英语选读(泛读本)》、《商务英语写作》、《国际商务谈判》、《国际贸易实务》、《国际市场营销》、《国际支付与结算》、《国际商法》共9本。

随着国际商务的发展和读者的需要,我们还将不断对这一系列教材进行补充和修改,以期形成读者欢迎的动态系列教材。

本系列教材具有以下特色。

## <<商务英语选读>>

### 内容概要

本书共40篇文选，内容包括世界著名经济学家简介、商务沟通形式与要素、企业与文化、管理与领导艺术、商务谈判、营销、广告、合同、保险、股票、收购、商务合作、案例分析及商务新闻之类的文章。

每篇短文之后加注释，对生词和长难句进行注释或翻译。

练习设计分两大项：1、阅读理解练习（Comprehension Exercises）；2、词汇与术语练习（Exercises on Words and Terms）。

每项练习都有练习指导（Directions），其练习形式多样化，读者可根据要求进行训练。

本书可供国际贸易、经济管理、金融、法律、财税、英语等专业的二、三年级本科生作为复合型专业英语教材使用，亦可供具有一定英语基础的商务工作才学习参考。

## 书籍目录

Unit One世界著名经济学家——约翰·梅纳德·凯恩斯Unit Two世界著名经济学家——弥尔顿·弗莱德曼Unit Three世界著名经济学家——保罗·萨缪尔森Unit Four世界著名经济学家——亚当·斯密Unit Five世界著名经济学家——卡尔·马克思Unit Six美国商务的演变Unit Seven商务交流的主要形式Unit Eight沟通要素Unit Nine作为沟通者,你应该扮演何种角色?Unit Ten企业与文化Unit Eleven认识文化差异Unit Twelve中美文化差异一瞥Unit Thirteen如何与不同文化背景的人谈判Unit Fourteen谈判强手占上风Unit Fifteen企业与社会责任感Unit Sixteen企业所有制形式Unit Seventeen普通股与优先股Unit Eighteen管理者的工作Unit Nineteen领导艺术Unit Twenty质量的重要性Unit Twenty-one保险Unit Twenty-two保险的作用Unit Twenty-three外汇Unit Twenty-four收购与创建决策Unit Twenty-five合作Unit Twenty-six贸易与环境委员会Unit Twenty-seven公共关系Unit Twenty-eight营销概念Unit Twenty-nine影响国际商务合同的种种问题Unit Thirty特许专营Unit Thirty-one个人推销Unit Thirty-two广告Unit Thirty-three他是域名的主人Unit Thirty-four案例分析:开拓还是放弃麦粥市场Unit Thirty-five案例分析:雀巢开辟早餐麦粥市场Unit Thirty-six案例分析:耐克和锐步运动系列在印尼Unit Thirty-seven案例分析:美国运动系列厂家的领头羊Unit Thirty-eight案例分析:沃尔玛规则Unit Thirty-nine案例分析:海尔——中国制造业的前头阵地Unit Forty案例分析:柯林斯队长应该怎么办?

## 章节摘录

Companies that have redesigned their internal processes know that success requires a rigorous, structured approach. The same is true for streamlining<sup>2</sup> cross-company processes, but here the challenges are even greater. No matter how tough it is to get different departments to work together, getting different companies to collaborate is even harder. It's best to structure the project into four major stages: scoping, organizing, redesigning, and implementing.

**Scoping.** First, you have to set your sights on the right targets. Start by identifying the intercompany process that offers the greatest opportunity for improving your overall business performance, whether it's a supply chain, product development, distribution, or other process. Typically, you'll want to select a process that you've already brought to peak internal efficiency; it makes little sense to merge processes that still harbor inefficiencies.

**Organizing.** The operating and cultural consequences of intercompany process redesign are so far-reaching that strong executive leadership is needed from the outset. An executive steering committee, comprising leaders from both companies, should be convened<sup>3</sup> very early. One of its first responsibilities should be to define the rules of engagement. What will each party invest in this effort?

How will benefits be shared?

How will conflicts and disputes be resolved?

Collaboration on processes is fairly unfamiliar territory for most organizations, and setting ground rules at the start will avoid a lot of misunderstandings later. The steering committee also needs to decide which performance measures (such as cycle times, transaction costs, or inventory levels) will be targeted for improvement and to establish specific, quantified goals. ....

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>