

<<商务汉语综合教程（第四册）>>

图书基本信息

书名：<<商务汉语综合教程（第四册）>>

13位ISBN编号：9787811347388

10位ISBN编号：7811347385

出版时间：2010-9

出版时间：对外经济贸易大学出版社

作者：仇鸿伟 编

页数：237

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>

<<商务汉语综合教程（第四册）>>

内容概要

《商务汉语综合教程》(1~4册)是为来华留学生编写的一套系列教材,共分四册,可以满足不同层次、不同类型来华留学生学习汉语的需要,特别是满足有志于用汉语在中国大陆以及港、澳、台地区从事商务活动的留学生学习使用。

本系列教材在总体编写思路不仅考虑到教学机构开设商务汉语课程的需要,同时,也在很多方面考虑到学生自学的需要。

本系列教材有以下几个特点: 第一,体系完整。

本系列教材构思完整、结构合理,经过系统学习,既能帮助学生提高汉语交际能力,又能帮助学生了解在中国从事商务活动所需的相关专业知识和文化知识。

整套教材的内容既关注重大经济和商务理论问题,又注重具有很强的现实意义的具体运作方法,既介绍主流观点,也介绍不同看法,对学生全面了解中国经济特征和商务运行方式具有直接的帮助。

第二,灵活开放。

本系列教材在保持体系完整的同时,又具有较强的灵活性、开放性,适用于不同的教学计划和教学对象。

每册教材都具有相对的独立性,可以单独使用,也可以与商务汉语视、听、说教材配合使用,以满足不同起点、不同要求的学生学习需要。

此外,教材编写了许多课外辅助材料,给教师和学生提供了较大的选择空间。

第三,方便实用。

本系列教材兼顾多种学习方式,既可供教学机构按教学计划组织学习,也可供学生自学,为教师和学生提供最大程度的使用上的便捷。

同时,本系列教材兼顾新颖性和普适性。

教材内容均来自当前经济社会各个不同领域,但在语法讲授、词汇学习方面吸取学术界经典表述,以保证教学内容的相对稳定有效和广泛的适应性。

第四,综合训练。

本系列教材遵循教学规律的要求,循序渐进,按梯次综合训练学生听、说、读、写、译等语言技能;同时,按现实商务活动的一般规律逐步扩展教学内容,从具体问题到宏观视野,从一般介绍到深度思考,由浅入深,由近及远,逐步扩大学生的认知范围。

教材第一、第二册为初级商务汉语综合教程,教学内容以基本语法现象、常用词汇和日常商务活动为主,教学目标以提高学生日常商务交际能力为主,适用于低年级本科生和具有初级汉语水平的汉语进修生。

第三册为中级商务汉语综合教程,教学内容以商务汉语语法特点、常用商务汉语词汇和专项商务活动为主,教学目标是提高学生商务汉语听说、读写能力,适用于已经修完初级商务汉语课程或具有中级汉语水平的本科生、汉语进修生。

第四册为高级商务汉语综合教程,教学内容以较为复杂的语法现象和快速阅读较大篇幅的经济类、管理类普及性学术文章为主,教学目标是提高学生阅读相关领域专业文章和书写、翻译能力,适用于相关专业高年级来华留学本科生和研究生。

第一、第二册教材有系统地讲解汉语语法,吸收了当前现代汉语及商务汉语的最新研究成果,为学生打下基本汉语应用基础;第三、第四册则主要讲解语法要点、难点,帮助学生提高理解复杂汉语现象和应用专业术语、专业知识的能力。

每册教材包含15~20个教学单元,每单元教学学时设定为4课时,课外训练按1:1的课时安排,教师可根据具体教学对象适当调整,每册总教学学时控制在60~80学时范围内。

每册教材的词汇量在500个左右,学生也可以通过学习辅助阅读材料来扩大词汇量。

本系列教材重视对学生能力的训练,提供了大量的课堂练习和课后训练的内容,可以对学生听、说、读、写各个方面进行有效训练,使之熟练掌握课文的主要商务内容和语法知识。

本系列教材的主要编写人员长期从事对外汉语特别是商务汉语的教学,既有丰富的教学经验,熟悉语言教学规律,又对中国经济问题和商务活动有较为全面深刻的认识,这使得本系列教材易于成为

对外汉语教师的可信的教学伙伴，成为来华留学生的良师益友，帮助他们快速掌握商务汉语的奥秘。

书籍目录

第一课 经济全球化 课文 全球化中的中国 阅读1 经济全球化给中国带来机遇 阅读2 跨国公司是资本自由流动全球化的动力
第二课 国际贸易政策 课文 为了外汇的政策 阅读1 对外贸易政策主要类型 阅读2 中国对外贸政策的调整
第三课 贸易壁垒 课文 让你跳得更高的墙 阅读1 应对贸易保护主义, 突破贸易壁垒 阅读2 绿色贸易壁垒 阅读3 贸易摩擦何以陡增?
第四课 竞争优势 课文 在竞争中发展的世界 阅读1 企业核心竞争力 阅读2 义乌小商品市场的国际竞争力
第五课 跨国经营 课文 走出去战略 阅读1 中铁的跨国经营 阅读2 跨国经营的一个案例 阅读3 摩托车和集装箱的故事
第六课 外资外企 课文 带来礼物和泥巴的客人 阅读1 《国务院关于进一步做好利用外资工作的若干意见》(2010年4月发布, 节选) 阅读2 外资企业的抱怨 阅读3 机遇与挑战
第七课 金融市场 课文 看住少数人 阅读1 资本运作与诈骗 阅读2 小鱼吃大鱼 阅读3 金融大鳄索罗斯
第八课 中国股市 课文 大喜大悲后的安静 阅读1 原始股的故事 阅读2 股份制改革 阅读3 深圳创业板
第九课 房地产泡沫 课文 泡沫中的活力 阅读1 全民炒房 阅读2 房贷政策和房价 阅读3 同与不同
第十课 民营企业 课文 国进民退和市场经济 阅读1 李书福和吉利 阅读2 家族企业 阅读3 东星航空
第十一课 农村和农业改革 课文 走在时代前面的农民 阅读1 种子革命 阅读2 少与多 阅读3 农民专业合作社
第十二课 电子商务
第十三课 物联网时代
第十四课 低碳悖论
第十五课 会展经济生词总表

章节摘录

兰德公司经过长期研究发现，企业竞争力可分为三个层面：第一层面是产品，包括企业产品生产及质量控制能力、企业的服务、成本控制、营销、研发能力等；第二层面是制度，包括各经营管理要素组成的结构平台、企业内外环境、资源关系、企业运行机制、企业规模、品牌、企业产权制度等；第三层面是核心，包括以企业理念、企业价值观为核心的企业文化、内外一致的企业形象、企业创新能力、差异化个性化的企业特色、稳健的财务、拥有卓越的远见和长远的全球化发展目标等。也就是说，第一层面是表层竞争力，第二层面是支持平台的竞争力，第三层面才是最核心的竞争力。

中国学者全面接受了核心竞争力这一概念，并对企业核心竞争力提出了一些自己的看法：首先，核心竞争力是一个企业优于其他企业的、特有的技术优势；其次，核心竞争力是在政府相关优惠政策或其他支持性政策的扶持下，形成的一种综合竞争力；第三，核心竞争力是基于企业资源优势的一种无形的东西，如技术诀窍、独特的企业文化、良好的营销网络等；第四，核心竞争力是一种隐含知识的创造、利用和传播的能力。

有人说企业核心竞争力是一种“偷不去、买不来、拆不开、带不走”的特殊能力。

学者们总是在研究成功的企业，因而这些对核心竞争力的解释和论述大多能被社会接受，新一代的创业者和风险投资者也往往按照学者提出的各种相关因素对成功的机会和可能性进行分析论证。事实上，学者们没有更多地关注失败的企业，甚至没有关注那些昨天还被认为有强大的核心竞争力，一夜之间就突然垮塌的大型企业。

在这些企业失败的因素里，核心竞争力是以什么方式和速度丧失的？

丧失了多少？

其中哪一个因素才是致命的？

如果说企业的失败与核心竞争力无关，那么对于企业核心竞争力的研究到底有多大价值和意义？

也许我们应该有所怀疑：学者们关于核心竞争力的论述有多少是对企业实际情况的总结，有多少是学者个人管理企业的理想？

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>