

图书基本信息

书名：<<2010MBA 英语词汇实战宝典 第6版>>

13位ISBN编号：9787111264361

10位ISBN编号：7111264363

出版时间：2009-3

出版时间：机械工业出版社

作者：张能彦 编

页数：768

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

词汇知识是英语学习的基础，没有词汇知识就无法获取任何信息，就如同没有语法知识就无法获取正确的信息一样。

随着MBA新大纲对词汇知识的要求不断提高，能否突破词汇知识大关将成为毕业多年的MBA考生顺利通过联考的关键。

因此，一本编排科学、合理，记忆起来快速有效的词汇手册将成为MBA考生必不可少的学习手册。同时，词汇知识的学习不仅仅是为了对付词汇题，更重要的是为整个考试打下坚实的基础，其中包括阅读理解、翻译、写作和完形填空等。

为了适应：MBA新大纲对词汇知识的要求，全面解决广大MBA考生学习词汇的这一难题，结合MBA考试特点及多年来的考前辅导的经验，同时，应广大考生的要求，我们特意重新修订了这本《MBA英语词汇实战宝典》，以供广大MBA考生备考时使用。

本书的编写特点如下：
一、单词释义与例句相结合：大量例句直击MBA真题，并且都配有译文，使其难度与联考极为接近，从而避免了市面上有些词汇书只有单词解释，没有例句或例句与考试要求相差很远的弊端。

二、分门别类，层次清晰：本书将MBA大纲词汇进行分级编写，即最基础词汇—基础词汇—四级词汇—六级词汇—非四六级词汇—商务词汇，目的是便于考生分类和分频进行联想和对比记忆，达到事半功倍的效果。

三、与真题接轨：将2008年和2009年联考试题中出现的词汇选项题，作为【真题】加入相应的词条中，以利于考生在复习中有的放矢。

四、大纲变化一目了然：2007年大纲对MBA考生的词汇量要求有了较大提高，为此，本书对大纲的新增词汇(1452个)和词组(598个)进行了单独编排，以便考生心中有数。

五、重点、难点突出：本书将考生经常感到困惑的同义词和近义词辨析、易混词和易混短语的辨异以及商务词汇等做了专门的编写。

六、覆盖面广，实用性强：为了便于考生较为全面地掌握词汇知识，本书还专门对词汇的构词法和常用不规则动词表以及考生常用英语谚语进行了介绍。

七、新增光盘：为了便于考生充分利用好有限的备考时间，本次修订特配1张光盘，光盘内容不仅含有由外教朗读的大纲中规定的5000多个英文单词，还配有单词的词性及释义的中文朗读，可极大地提高考生的备考效率，使该书真正成为一本“流动”的词汇实战宝典。

总之，英语作为一门基础性很强而且是无法取巧的学科，练好基本功是唯一制胜的途径。词汇知识可以说是该门学科的敲门砖，而词汇知识的掌握需要一定时期的不断积累，但积累的过程不能单凭大纲和词汇书来解决，因此，建议大家要结合大量的精读和泛读以及翻译等练习来记忆和巩固单词。

如果词汇知识准备到位的话，其他的问题都将迎刃而解，可以毫不夸张地说，词汇知识的掌握情况基本决定了考生英语成绩的好坏。

最后，希望有志于攻读MBA的广大考生要重视词汇知识的复习，扎扎实实地投入时间与精力攻克这一关。

由于编者水平有限，书中难免有些错漏和不妥之处，敬请广大同仁和考生批评指正。

内容概要

词汇知识是英语学习的基础，没有词汇知识就无法获取任何信息，就如同没有语法知识就无法获取正确的信息一样。

随着MBA新大纲对词汇知识的要求不断提高，能否突破词汇知识大关将成为毕业多年的MBA考生顺利通过联考的关键。

因此，一本编排科学、合理，记忆起来快速有效的词汇手册将成为MBA考生必不可少的学习手册。同时，词汇知识的学习不仅仅是为了对付词汇题，更重要的是为整个考试打下坚实的基础，其中包括阅读理解、翻译、写作和完形填空等。

为了适应MBA新大纲对词汇知识的要求，全面解决广大MBA考生学习词汇的这一难题，结合MBA考试特点及多年来的考前辅导的经验，同时，应广大考生的要求，我们特意重新修订了这本《MBA英语词汇实战宝典》，以供广大MBA考生备考时使用。

单词释义与例句相结合：大量例句直击MBA真题，并且都配有译文，使其难度与联考极为接近，从而避免了市面上有些词汇书只有单词解释，没有例句或例句与考试要求相差很远的弊端。

分门别类，层次清晰：《2010MBA 英语词汇实战宝典（第6版）》将MBA大纲词汇进行分级编写，即**最基础词汇 基础词汇 四级词汇 六级词汇 非四六级词汇 商务词汇**，目的是便于考生分类和分频进行联想和对比记忆，达到事半功倍的效果。

与真题接轨：将2008年和2009年联考试题中出现的词汇选项题，作为【真题】加入相应的词条中，以利于考生在复习中有的放矢。

章节摘录

第一章 形象色彩设计概述 学习目标：了解形象色彩设计的概念、研究范围；理解形象色彩设计的性质；掌握形象色彩设计的特点。

形象色彩设计作为人类生活和观念意识的产物，是人类思想情感及内在信仰的自然反映，是人类造物和审美历史的见证。

作为一种意识和行为的表现形式，形象色彩设计是人类追求美感、修饰自我和传达意念的自然表现。

一、形象色彩与形象色彩设计 形象色彩是以人体、服装、配饰为载体以各种色相、明度、纯度的色彩组合效果所呈现出的一种色彩表现形式。

1.形象色彩 形象色彩包括人体的自然肤色、发色、唇色、瞳色以及各种妆色，同时也包括服装的上下装、内外衣的色彩以及鞋、帽、袜、带、巾、首饰、眼镜等配件与装饰品的色彩。

形象色彩是社会经济发展的产物，是生活的镜子，同时也是人类借助传播媒介展现文化、艺术创造力的窗口，是美学理想的大众化载体。

形象色彩作为文化、作为艺术、作为一种经济活动，对社会对人具有深刻的影响力。

2.形象色彩设计 形象色彩设计是用科学的方式、艺术的手段对形象色彩的内在因素与外在因素进行研究、统筹并使人体的肤色、发色、唇色与服装、配件形成完美色彩效果、整体和谐统一的过程，是整体形象设计中的一个重要设计环节。

形象色彩设计是人类自觉提升主体形象质量的创造形式。

作为一种装饰艺术形式，它具有装饰艺术的实用化与理想化特点，从而形成合乎人类需要、与人类审美理想相统一、相和谐的美的形态。

形象色彩设计由于自身具有普遍适应性和艺术的整合力，在整个形象塑造手法的塑造安排上，不同于简单的修饰、粉饰、涂饰和矫饰，不是做表面文章，而是一种改造，一种创新，一种新的整合。

伴随科技的发展和时代的需求，形象色彩设计越来越展现出它的兼容性，并以其自身类别的多样性、结构的多样性、形式的多样性展现出时代的风貌。

多种艺术手法的综合运用，多种价值的综合体现，成为当代形象色彩设计的特色。

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>