

<<广告专业英语>>

图书基本信息

书名：<<广告专业英语>>

13位ISBN编号：9787810616973

10位ISBN编号：7810616978

出版时间：2003年8月1日

出版时间：中南大学出版社

作者：董立津

页数：258

字数：287000

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

前言 英语作为重要的交流工具在国际商业与传播活动中的地位任人皆知，理解英语专业术语并运用于实际业务，已经成为经济全球化时代工商业人士的必备能力之一。

在中国加入WTO，国内市场环境日益国际化的背景下，中国广告/营销业界的专业人士和学习广告/市场营销专业的学生对现代广告业的国际交流工具——英语的学习需求有了明显提高。

在广告/营销业界的专业人士进行详细的创意与概念沟通时，专业术语是最为简明、直接、便捷的交流工具。

广泛使用英语专业词汇的国际广告从业员都明白，目前大量使用的专业术语和行话尽管完全是从标准的英语中分离出来的，但为了清楚地进行沟通就必须掌握它们。

在国际化商业环境中，如果没有通行工商界的英语广告术语来沟通广告主、广告业和媒体，宝贵的创意也许会被曲解、被丢掉甚至变成了根本不想要的东西。

实际情况表明，许多本土广告专业人员尽管具备了丰富的实践经验和出色的专业水准，其中一部分人的英语能力也通过了四、六级考试，但正是由于不具备专业英语沟通特别是口头沟通的技能，大家在广告业务操作中始终苦于无法自如地表达自己的见解，进而妨碍了向客户和竞争者充分展现自己真正的专业能力。

与此同时，在实际工作中作者发现，国内相当多的涉外广告/营销业务沟通依靠文字形式进行，但遗憾的是大量的英文材料用非术语写成，外国客户不知所云，而且有相当多的国外广告专业资料被不了解专业术语和英语国家语言习惯的翻译人员依据字典转译成似是而非的内容，这在很大程度上降低了沟通的质量。

基于这一现实，通过系统而实用的训练方式，帮助学习者获得运用专业英语开展国际业务和专业交流的基本能力，就成为中南大学出版社和作者开发《广告专业英语》教材的首要目的。

作者的专业背景，决定了《广告专业英语》教材无论在体例上还是教学要求上均与常规的大学英语教材有别，其主要特色是面向英语能力达到4级的专业A员和大学英语3级的广告专业学生，用各种实际业务中常见的真实素材营造一个仿真的广告英语操作环境，以教授具有国际专业特色的，以口头交流为主的广告英语沟通技巧和术语。

这意味着《广告专业英语》既不是用英语写成的广告教材，也不准备传授英文广告的撰稿技巧，它的价值在于帮助中国专业人员了解国际广告行业通行的英语沟通方式，实现英语专业交流水平的跨越。

为使读者随着广告作业的步骤，以循序渐进的方式一步步地系统吸收专业术语并掌握规范的业务交流方法，作者按照实际的广告流程顺序安排《广告专业英语》的每章内容。

课程的每一章都是由三项主要内容：每一个单元有在实际情景中运用术语和行话的课文；有一组旨在帮助读者理解并巩固所学知识的课后习题以及附录在书后的解答；还有每一章所涉及的专业词汇的发音及汉译对照附表。

对一些读者可能不熟悉的、非广告专业的短语，本书也分别在每一章里另外作了翻译，因为学习短语也是一种使读者深入到真实的国际广告业务情景中的有力方法。

其他诸如课文的中文翻译、英语广告作品范例以及书中提供的有价值的参考网站等信息，都是对读者很有帮助的学习内容。

美国不仅是当今世界上最大的广告市场，也是现代广告的发源地，长期以来云集麦迪逊大街的广告精英引领着世界广告业的潮流。

正是由于这个原因，我们在编写教材时使用了美式英语和美国广告业普遍使用的专业词汇和行话。经过《广告专业英语》课程的学习，读者可获得超过500个专用语汇的储备并能运用英语思维理解它们的含义；通过中英文对照，大家可以体会两种语言习惯的明显差别，从而具备用英语讨论、处理诸如广告、营销和其他相关领域问题的综合技能。

在一个以传播为主要功能的行业里，每当读者需要附加信息进行更清晰交流的时候，具备案头工具价值的《广告专业英语》，将成为广大专业人士不可多得的专业资源。

董立津(Jack) Jason Pugh(蒲建勋) 2003年4月于北京

<<广告专业英语>>

内容概要

《广告专业英语:中英沟通实战技巧》第一本中美两国广告专家合著，以展现广告行业实务情景的方式教授专业英语的大学英语教材。

《广告专业英语:中英沟通实战技巧》的价值在于帮助中国广告、营销的学生及从业人员了解国际广告行业通用的英语沟通方式，掌握以口语和笔头形式进行专业交流的英语技能。

《广告专业英语:中英沟通实战技巧》特点是按照实行的广告流程安排每章的内容，每章均由三个单元构成：（1）在实际情景中运用术语和行话的课文；（2）课后习题训练以及解答；（3）每一章涉及的词汇读音及英汉对照表。

全书的课文译文、英语广告范例以及有价值的参考网站信息，对读者都有极大的帮助。

书籍目录

Chapter1 Introduction to Advertising Chapter2 Agency StructureChapter3 BrainstormingChapter4 Situation Analysis & ResearchChapter5 IMCs:What We Can Do for YouChapter6 IMCs:What Else We Can for YouChapter7 The MediaChapter8 Ad Planning Chapter9 Brand ManagementChapter10 Media Planning Chapter11 Media Scheduling Chapter12 Media PlacementChapter13 Media Buying Chapter14 Outdoor Advertising PreparationChapter15 Monitoring of Outdoor Advertising Chapter16 TV CommercialChapter17 Promotions CooperationChapter18 Exhibition BoothChapter19 Print MediaAppendix 1 Chinese TranslationAppendix 2 Answers,Hints and HelpAppendix 3 Vocabulary

编辑推荐

《广告专业英语：中英沟通实战技巧》不仅适用于在校的学生，更能吸引广大的从业人员教材或参考书使用。

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>