

<<中级商务英语听说>>

图书基本信息

书名：<<中级商务英语听说>>

13位ISBN编号：9787811345162

10位ISBN编号：7811345161

出版时间：2009-10

出版时间：对外经济贸易大学出版社

作者：吴立高 等主编

页数：214

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>

<<中级商务英语听说>>

内容概要

《商务英语听说》共分初、中、高三级，每级一册，每册十六单元。

教材选材涉及到商务领域的常见话题，包括商务接待、面试、产品介绍、商务谈判、广告、国际贸易等各个方面，为学习者提供了大量真实、生动的英语素材，使学习者在提高英语听说技能的同时也涉猎国际商务知识。

本套教材的编写以真实性为原则，很多材料来自国外财经报刊和外企的真实语言交流素材，内容涉及到真实的公司业务及人物，工作场景下的真实交流，有较强的实用性和专业性。

该教材语言地道，听、说训练交替进行，使得两项互相促进，共同长进。

本教材得另一大特点就是语言技能的训练与商务知识有机结合。

交际任务以真实的商务交际情景为参照，鼓励学习者在完成交际任务的过程中运用所学语言知识，提高交际能力，熟悉商务知识。

而且任务设计尽可能与学习者的经历直接或间接相关，通过商务场景对话、角色扮演等丰富多样的活动让学习者参与其中，增加了学习的意义。

本套教材可作为大学英语专业及英语相关专业的学生学习商务英语的材料，也可作为任何专业对商务英语有兴趣的学生选修课使用教材。

初级适合大学一年级学生或有一定基础的学习者使用，中级适合大学二年级或有中等基础的学习者使用，高级可供大学三、四年级或有较高英语水平的学习者使用。

建议两到三课时学习一个单元。

这套教材也为社会上广大的商务英语爱好者提供学习材料，对提高学习者的听、说能力将有帮助，对于从事商务工作和即将从事商务工作的人，本教材有助于他们提高英语交际能力，并提供实用性的商务知识。

<<中级商务英语听说>>

书籍目录

Unit 1 Meetings (1)Unit 2 Meetings (2)Unit 3 AdvertisingUnit 4 ReportingUnit 5 Dealing with ClientsUnit 6 Money & PaymentUnit 7 Sales StrategiesUnit 8 MarketingUnit 9 Inquiry and OfferUnit 10 Negotiating PricesUnit 11 ContractUnit 12 Packing and ShipmentUnit 13 ServicesUnit 14 Human Resources ManagementUnit 15 Managing ConflictsUnit 16 Intercultural CommunicationReferences

章节摘录

The popular website Youtube is a big hit in the year 2006. Many consider it to be the future trend of TV, and as a result, Youtube becomes a powerful channel for advertising. What do you think of Youtube as an advertising platform?

Google's first problem with Youtube is to decide how to share Google's advertising revenue with the people who hold the copyrights on pirated content. Until there is agreement, Youtube cannot really explore the advertising possibilities of online video. The second problem will be to find advertising formats that consumers don't find intrusive. Advertising is killing television now that there are competitors like the Web. Advertising will kill Youtube even faster because it is SO easy for pirates to set up a server and offer the same clips without intrusion. I'm not convinced that streamed content is an advertising bonanza, at least as a way to gather eyeballs and then slip in an advertisement. But when the streamed content is the advertisement, as it was for Unilever's Dove, in its time the most watched commercial on Youtube, that's exciting.

<<中级商务英语听说>>

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>