第一图书网, tushu007.com

<<考研英语>>

图书基本信息

书名：<<考研英语>>

13位ISBN编号：9787040370386

10位ISBN编号：7040370387

出版时间：2013-3

出版时间：高等教育出版社

作者：全国专业硕士入学考试命题研究中心 编

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

第一图书网, tushu007.com

前言

本书编写目标。
1.培养扎实的英语语言基本功：词汇量达到5000左右；破解并正确理解长难句。
2.培养良好的解题方法和解题步骤：认知联考各题目的题目类型；学习并掌握不同题目类型准确高效的解题方法。
3.培养良好的应试技巧：认知试题的内在规律；善于灵活运用规律快速答题。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

《考研英语2标准教程(2014高教版)》分基础篇、强化篇和模拟考试篇三大部分内容。
基础篇含热点词汇学习、基础语法学习、长难句与阅读基本功训练、每周一练等四章，旨在培养学员参加考试所需的英语基本功、良好的学习习惯和初步的应试能力；强化篇含完形填空强化训练、阅读理解强化训练、英译汉翻译强化训练、写作强化训练等四章。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

张宇，男，1966年5月，西安理工大学教授，应用语言学方向，发表应用语言学及跨文化研究论文。
著名英语辅导专家，2004年至今，张宇已经成为MBA联考辅导界广受好评的教师。
讲课思路清晰，功底深厚，语言纯正，风趣幽默，应试辅导效果极佳，往往直击真题。

书籍目录

基础篇 第一章热点核心词汇学习 第一节动词形近词（一） 第二节动词形近词（二） 第三节形容词形近词 第四节 同根异义词辨析 第二章阅读基本功训练 第一节句子的理解在考试各个题型 中的应用 第二节句子成分 第三节句子结构 第四节非谓语动词 第五节It结构 第六节比较结构 第七节虚拟语气 第八节情态动词 第三章每周练习 强化 篇 第一章热点核心词汇学习 第一节动词近义词辨析 第二节名词、形容词近义词辨析 第三节热点搭配 第四节热点短语 第五节常见词根词缀总结 第二章 英语知识运用强化训练 第一节英语知识运用考试要求 第二节真题解析及补充练习解析 第三章 阅读理解强化训练 Part A 第一节命题规律 第二节解题方法 第三节解题步骤 第四节强化训练 Part B 第一节命题形式 第二节强化训练 第四章英译汉强化训练 第一节题型概述 第二节翻译的核心技巧 第三节翻译强化练习 第四节真题演练 第五章写作强化训练 Part A 第一节考试要求 第二节信函写作规范 第三节书信范文 Part B 第一节命题规律 第二节高分作文写作规范 第三节作文高分词句 第四节作文模板 第五节历年真题例文

章节摘录

版权页： 原因之一是美国人认为商业机构比其他任何社会机构都更坚定地以竞争为基础。
既然竞争被美国人看做是进步和繁荣的主要源泉，竞争的商业机构就受到人们尊敬。
不仅竞争本身是好的，它还是保护诸如个人自由、机会平等、勤奋工作等美国基本价值观的手段。
竞争通过保证无权力垄断从而保护个人自由。
与全能的政府不同，许多商业机构为了利润而互相竞争。
从理论上讲，如果一个商业企业想不公平地占顾客的便宜，那它就会输给较公平地对待顾客的竞争对手。
凡是有为赚顾客的钱而竞争的商业企业的地方，它们都不敢像对待下级或奴隶那样来对待顾客。
竞争的商业企业与垄断的政府经常形成鲜明对照。
因为工商业是具有竞争性的，所以许多美国人认为它比政府更支持自由，虽然政府领导人是人民选举的，而工商企业界领袖不是。
因此，很多美国人认为竞争对保护自由的作用和民主一样重要，甚至比民主更重要。
商业竞争也被认为能增强机会均等的理念。
竞争被看做是一个公正、公平的竞赛，胜利总是属于跑得最快的人，与他的社会阶级背景无关。
通过竞争取得胜利在美国通常被看做取代了“根据家庭背景决定社会地位”。
因此工商业被看做是机会均等思想的表达，而不是继承特权的贵族思想的表达。
Passage 3 【参考答案】C A C B D 【参考译文】 广告对购买动机的诱惑既有正面效果，也有负面作用。
顾客可能听信广告买一件劣质或高价的产品。
例如，某些广告商为提高汽油行驶里程的汽车产品打广告，煽起人们节油的欲望。
有些产品有用，有些产品没有用，完全是浪费顾客的钱。
有时广告是故意误导。
几年前，一种品牌的面包向节食者推荐说每片面包里的卡路里量少。
结果这种面包不是用于节食的食品，只是一般面包。
卡路里量少是因为面包切得很薄，但每块面包的卡路里量是一样的。
从积极的方面来看，广告可以对消费者真正关心的事动之以情。
想一想火灾保险的情况。
火险可能是通过唤起对损失的担心而售出的。
不过害怕损失是投保火险的真正原因。
对大多数人来说，知道财产得到保险的安全感使购买火险成为很合算的投资。
如果消费者等虑到广告宣传中的信息以及保险计划的品质，他们会从广告中获益。
每位消费者必须权衡自己的情况。
产品的好处是否重要到足以证明它值得购买？
做广告的意图是吸引消费者，但并没有强迫消费者购买产品。
消费者依然掌握着最后的购买权。

编辑推荐

《考研英语2标准教程(2014高教版)》通过对大量试题的研究分析以及对考生答题效果的统计，《考研英语2标准教程(2014高教版)》编者精心选择英语知识运用、阅读理解和翻译训练材料，写作部分精心推出写作模板。
这些材料体现了考试精神，强调易错题型训练，力求提高备考效率。

第一图书网, tushu007.com

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