

<<经济管理专业英语>>

图书基本信息

书名：<<经济管理专业英语>>

13位ISBN编号：9787301149416

10位ISBN编号：7301149417

出版时间：2009-2

出版时间：北京大学出版社

作者：戴贤远

页数：270

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>

## <<经济管理专业英语>>

### 前言

《经济管理专业英语》1994年由北京大学出版社出版，到今年，已经15年了。一本教科书，出版发行15年，有百多所大学一直在使用，这代表了它的生命力。

英语是中国学生上学时学得最长的一门课，时间上能和它媲美的，只有体育课。就学生的未来而言，这两门课都非常有意义。

体育课教学生怎样获得好身体，工作生活总有精力；英语课建设学生未来可能需要的一部分重要能力，帮助他们拓展自己的世界。

专业英语教学有自身的宗旨，其中一部分内容与公共英语重叠，非常古板、规整；另一部分则大不相同，非常具有针对性和实用性。

公共英语的大部分内容是教学生如何学英语，而专业英语的主要内容是教学生怎样用英语。

《经济管理专业英语（第四版）》对教科书的课文未做改动，只是在全书14个部分的结尾分别有针对性地增加了两组思考题。

一组思考题是针对课文的，主要讨论专业思想；另一组思考题针对的是英语学习的细节与实用性。

本书的第四版之所以这样安排，依然是为了教学的连续性和教学效率。

不过，有了思考题后，教师可以把学生引向专业和英语的深处，丰富教学，同时也提高教学的水平。

英语教到后来，实际上是在建设学生的语感。

句子或者用辞的好坏与对错的判断，不是仅仅起于语法规则，而是要看顺口不顺口。

顺口就是流畅，不顺口就肯定不大好。

汉语和英语都有语感问题。

一个中国学生如果汉语写不流畅，英语大也都写不流畅，因为他（她）的语感不好。

人对各种语言和声韵的感觉是相通的，往更深的方面说，人的语感甚至会与人的乐感相通，也就是对语言和音乐的美，都能感觉到。

## <<经济管理专业英语>>

### 内容概要

英语是经济管理领域里各个专业的重要工具，在网络时代里，更是如此。

学习专业英语时，一定要告别公共英语学习的各种课本，专攻专业书籍。

阅读专业书籍是学生到达自如英语境地之前的最后一个艰难台阶。

《经济管理专业英语（第四版）》的课文分为14个部分，每部分都配选了阅读材料，并附有学习提示（suggestions for Further Study）和思考题。

全书课文内容涉及微观经济学、宏观经济学、决策统计分析、管理信息系统、运营管理学、市场营销学、财务管理、组织行为学、财务会计、货币银行学、战略管理学、国际经济学、国际市场营销学和国际商业学。

本书的学习提示部分十分实用，考虑了专业英语的教学以及未来的应用，内容包括学习方法概说、新单词记忆、读、听、写、说、写作精要、语感、业务信函、注释格式、参考文献格式、个人简历格式、便笺格式以及翻译要则。

《经济管理专业英语（第四版）》在全书14个部分里，随课文内容和学习提示设计了思考题，目的是把经济管理专业英语的教学引向深处。

各部分的思考题均分为两组，一组是针对专业学习的，让学生去寻找专业理论深处的答案；另一组是针对英语学习的，引导学生跟随书中的学习提示，讨论英语学习深处的内容。

《经济管理专业英语（第四版）》展示了一个成熟的和广义的经济管理专业英语教学体系，并引导教学融入现实世界。

## 书籍目录

PART ONE MICROECONOMICS The Concept of Utility How Markets FunctionPART TWO  
MACROECONOMICS Outlays and Components of Demand Maeroeconomic PolicyPART THREE  
STATISTICAL ANALYSIS FOR DECISION MAKING Why Sample Basic Concepts of Hypothesis  
TestingPART FOUR MANAGEMENT INFORMATION SYSTEM Hotel Computer Applications Word  
ProcessingPART FIVE OPERATIONS MANAGEMENT Order Processing Bring Design into the  
BusinessPART SIX MARKETING Pulling and Pushing Marketing Strategies in a Market-Oriented System The  
Many Faces of Personal SellingPART SEVEN MANAGERIAL FINANCE Motives for Using Debt Trade Credit  
PART EIGHT ORGANIZATIONAL BEHAVIOR What Is OBM? Areas of ApplicationPART NINE  
FINANCIAL ACCOUNTING Elements of the Accounting Model Accounting ReportsPART TEN MONEY  
AND BANKING Sources and Uses of Bank Funds Instruments of the Capital MarketPART ELEVEN  
STRATEGIC MANAGEMENT Company Goals : Survival, Growth, Profitability Strategic Considerations for  
Multinational FirmsPART TWELVE INTERNATIONAL ECONOMICS Free Markets and Growth  
New-World Realities and CompetitivenessPART THIRTEEN INTERNATIONAL MARKETING Advertising  
Abroad-Creative Challenges Evaluating Alternatives for International OperationsPART FOURTEEN  
INTERNATIONAL BUSINESS The International Rules of Commercial Policy Foreign Direct  
InvestmentAPPENDIX A READINGS IN ECONOMICS AND MANAGEMENT The Objectives of Firms in  
Economics The Maximizing Principle in Economics An Introduction to the Theory of Economic Growth  
Taxation in Western Economics Application of Probability Concepts in Decision Making The Learning  
Organization The Goal of Financial Management Global Advertising Regulations Financial Intermediation:  
Assets and Liabilities Management in a Profit-Seeking Environment Qualitative Characteristics of Accounting  
Information The Rise of China's Joint Ventures in an Interdependent Global Economy History of the  
International Monetary System International Banking Trade Policy in Developing CountriesAPPENDIX B  
WORDS, PHRASES, AND TYPICAL EXPRESSIONSAPPENDIX C SAMPLES OF GOOD  
SENTENCESAPPENDIX D BUSINESS LETTERS APPENDIX E SAMPLES OF FOOTNOTESAPPENDIX F  
SAMPLES OF BIBLIOGRAPHIESAPPENDIX G RESUMtEAPPENDIX H MEMORANDUMAPPENDIX I  
TRANSLATION

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>