

<<商务英语口语>>

图书基本信息

书名：<<商务英语口语>>

13位ISBN编号：9787309064827

10位ISBN编号：7309064828

出版时间：2009-5

出版时间：复旦大学出版社

作者：刘超先 编

页数：221

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>

<<商务英语口语>>

前言

改革开放日趋深入，社会对外经贸人才的需求持续增长，我国商务英语专业（方向）的招生规模逐年扩大，该专业（方向）本专科生教育的改革、学科建设及教材的出版循序渐进，教学质量逐步提高。

并且，教育部于2007年9月成立了“2007-2011年教育部高等学校外语专业教学指导委员会”，对商务英语人才的培养提出了更高的标准，同时也为学科建设和教材编写提出了新的要求。

中国加入世界贸易组织已经好几年了，社会需要既懂英语，而又思维严谨、知识面广博、综合能力强，尤其能熟练运用外经贸知识的高素质专门人才。

新的中学课程标准的颁布使中学生英语水平逐年提升，商务英语专业（方向）本专科生入学时的基础和综合素质也相应提高。

此外，非英语专业大学公共英语教育迅猛发展，这些学生英语能力的提高，也为商务英语专业（方向）学生的培养提出了严峻的挑战和更新更高的要求。

这就规定了本世纪的商务英语教学既是英语专业培训，又是英语专业教育，既以普通英语为主体，又以特殊用途英语为支撑，必须全面培养高素质的复合型人才。

商务英语教材的编写和出版，毋庸置疑要顺应这种潮流。

复旦大学出版社正是顺应这种潮流，为商务英语人才的培养做了一件好事。

在充分调研的基础上，复旦大学出版社抓住机遇，邀请了全国10多所财经类院校和综合性大学的外语院系的30多位商务英语教育专家，在湖南长沙召开了“高等院校商务英语专业本专科生系列教材编写委员会会议”。

与会代表们一致认同了编写面向本世纪商务英语系列教材的必要性、可行性和紧迫性，并对编写思想、教材构建、编写程序等提出了建议和要求。

而后，复旦大学出版社又多次组织专家、学者召开了会议，拟订编写大纲、确定教材类别、选定教材项目、讨论审核样稿。

经过一年多的努力，终于迎来了第一批书稿。

<<商务英语口语>>

内容概要

《商务英语口语(下)》为《商务英语口语》下册,全书共有15个单元,每单元由情景对话、课文注释、文化背景、实用表达、自由谈话、补充阅读和图表描述七大部分。

涉及的主题包括商务电话、商务接洽、商务参观、商务游览、商务会议组织、商务办公、广告介绍、业务洽谈、商品描述、询盘、报盘、订购、价格商谈、货款支付、商品包装、装运和经销、代理等。

《商务英语口语(下)》内容选材新颖,紧扣时代脉搏,实用性、针对性强,并附有光盘一张,方便学生自学使用。

《商务英语口语(下)》可作为高等院校学生教材,也可作为从业人员自学用书。

书籍目录

Unit 1 Advertisement Unit 2 Meeting a Business Client Unit 3 Description of Commodities Unit 4 Inquiries Unit 5 Offer and Counter Offer Unit 6 Order Unit 7 Price Unit 8 Payment Unit 9 Packing Unit 10 Shipment Unit 11 Insurance Unit 12 Signing a Contract Unit 13 Complaints and Claims Unit 14 Agency Unit 15 Trade Modes

章节摘录

So, first of all, make sure you understand what the client wants and needs. Wants and needs are different concepts. The client may want "A", but your experience may indicate that he needs "B". Be prepared for some client education at this point. But once you have agreed as to the nature of the job at hand, you have to quote a price. This, of course, requires that you have a firm resolve concerning what you will charge for your services. Most translators I know do not. They do establish a price schedule, but they start revising it down as soon as they are aware there is a client at the opposite end of the telephone line and can not but stammer an answer. This probably arises from two factors: (1) most of us are afraid to lose the job and (2) many of us find charging for our work a bit embarrassing or find our fees somewhat excessive — although most of us claim we are under-paid.

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>