

<<商务英语写作与翻译>>

图书基本信息

书名：<<商务英语写作与翻译>>

13位ISBN编号：9787560960593

10位ISBN编号：7560960596

出版时间：2010-6

出版时间：华中科技大学出版社

作者：王战平 编

页数：189

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>

## &lt;&lt;商务英语写作与翻译&gt;&gt;

## 前言

《商务英语写作与翻译》教材的编写是顺应当前国内对既熟悉国际商务知识又具有扎实英语语言技能的复合型人才的需求，旨在培养学员在商务环境下运用商务知识和英语语言技能进行商务写作和翻译的能力。

本教材是商务英语听、说、读、写、译等系列教材的写作与翻译分册，其内容涵盖商务环境下最基本、最实用的技能。

掌握商务环境下的写作与翻译技能不仅能满足高等院校培养英语复合型人才的要求，而且能为学员将来从事各种商贸或跨文化交流工作奠定坚实的基础。

本教材力求在商务知识和英语语言技能之间找到一个平衡点，以适合中国学员的方式进行深入浅出的引导和训练，确保学员在了解和掌握商务行业特点、术语和基本概念后，写作能言之有物、言之有据，翻译能做到专业、准确和贴切。

本教材内容紧扣各个商务环节及流程，分模块提高学员在真实商务环境下的英语写作与翻译技能。

由于本教材的编者在商务、外贸方面具有多年的工作和教学经验，因此该教材在语言上难易适中，循序渐进，在商务主题和语料的选择上具有较强的可操作性和实用性，其特点归纳起来主要包括以下几个方面。

#### 1. 实用性强。

本教材所选主题多为企业商务环境下典型的沟通活动，内容真实可靠，实用性强。

学员在学完所有单元后，能整体了解常见的商务写作种类和商务资料翻译，在增加商务知识的同时也学到了商务写作和翻译的方法。

#### 2. 层次分明，环环相扣。

本教材将写作与翻译合二为一，前者是后者的铺垫，而后者在内容和技能上又是前者的延伸和提高。

写作部分从求职信、传真、电邮直至促销文案，内容涉及商务书面沟通的各个环节，每个环节都自然地过渡到下一个环节，其书面沟通的难度和所需语言技能也随着单元的推进而提高。

翻译部分的内容安排也是从易到难，循序渐进。

#### 3. 语言技能与商务知识有机结合。

本教材在确保所选素材来自真实商务环境的前提下，语言的使用浅显易懂，每个单元都有详细的主题背景知识介绍，即使没有任何企业工作经验的学员，也能保持较高的信心，并做到举一反三。

#### 4. 翻译对比分析的应用。

本教材在教学理念上强调翻译的对比鉴赏分析，以使学员通过对比分析，发现商务翻译中常犯的毛病，真正领悟商务翻译的途径和诀窍。

#### 5. 写作与翻译练习内容丰富，形式多样。

写作练习既有命题式，也有解决问题式；而翻译练习则兼有语句翻译和篇章翻译以及对比分析，确保学员能同步进行接受性技能（商务知识的习得）和产出性技能（写作与翻译能力）的训练。

## <<商务英语写作与翻译>>

### 内容概要

《商务英语写作与翻译》是高等学校商务英语规划教材之一，是为顺应当前国内对既熟悉国际商务知识又具有扎实英语语言技能的复合型人才的需求而编写的，旨在培养学员在商务环境下运用商务知识和英语语言技能进行商务写作和翻译的能力。

本教程分为十二个单元，内容主要涉及企业商务活动中常用的英文写作和翻译技巧。

写作分六个单元，内容包括求职信、传真、电子邮件、备忘录、报告和建议书、商贸信函、促销文案的基本知识和写作方法。

翻译分六个单元，内容包括商务信函翻译、商标翻译、产品说明书翻译、商业广告翻译、商务合同翻译的基本知识和翻译技巧。

本教材由在商务、外贸方面具有多年工作和教学经验的编者编写，在语言上深入浅出，通俗易懂，在商务主题和语料的选择上具有较高可操作性和实用性。

本教材适用于高校英语专业学生、非英语专业二级英语水平以上的学生、中外企业员工以及各大专院校和培训机构商务英语口语的学员和教师。

由于笔者水平有限，希望各位读者指正和批评。

书籍目录

Part I Writing in Business English Unit 1 Business Writing Basics 1 What Is Good Business Writing? 2 A Guided Tour of Business Writing Process 3 A Showcase of Business Writing Samples Unit 2 Job-Search Writing 1 Cover Letters 2 Resumes 3 Follow-up Letters 4 Letters of Recommendation Unit 3 Faxes, Emails and Memos 1 Faxes 2 Emails 3 Memos Unit 4 Reports and Proposals 1 Report 2 Proposals Unit 5 Business Letters 1 Letters of Enquiries and Replies 2 Letters of Orders and Order Execution 3 Letters of Payment Shipment 4 Letters of Complaints and Complaint Replies Unit 6 Promotional Writing 1 Advertisements 2 Newsletters 3 Brochures 4 Presentations Part II Translation in Business English Keys References

## &lt;&lt;商务英语写作与翻译&gt;&gt;

## 章节摘录

一、商务广告的相关背景知识介绍 1.商务广告的功用 广告,顾名思义,就是广而告之。当今社会,人们每天都会以各种不同的方式收到难以计数的信息,其中多数是广告信息,或者更准确地说,是商务广告信息。

可以说,广告已经渗透到人们生活的各个方面。

那么,究竟该如何准确定义广告呢?

广告一词最早源于拉丁文adventure,是“吸引人心”的意思。

大约在14世纪演变为英语advertise,其含义为“告知别人某件事情”,18世纪初期,英国对外贸易活动日趋频繁,广告这个词开始广泛流传起来,一直沿用至今。

广告可以根据不同属性进行分类。

常见分类标准是按照传播媒介分类,主要分为:报纸广告、杂志广告、电视广告、电影广告、幻灯广告、广播广告、招贴广告、交通广告、海报广告、直邮广告、包装广告、路牌广告、工具广告、包装广告、挂历广告等。

以传播范围分类,可以将广告分为国际性广告、全国性广告、地方性广告、区域性广告等。

以广告内容分类,可分为商业广告、文化广告、社会广告、政府广告等。

但是,如果从广义上讲,广告可分两大类,即:经济广告(又称商业或商务广告)和非经济广告

。前者主要传播公司和企业的产品及服务以达到促销的目的,而后者主要指除经济广告以外的广告,如公告、启事、声明等等。

从狭义上讲,广告主要是指商务广告,商务广告是广告中最常见的形式,是广告学研究的重点对象。

商务广告以推销商品为目的,是向消费者提供商品信息为主的广告。

具体而言,商务广告是指采用付费方式,通过特定手段(如海报、报纸、电视、网络等)向大众宣传某种产品或服务,最终达到促销目的的一系列广告活动。

总的来说,商务广告具有以下四个方面的主要特征。

- (1) 商务广告正在走向国际化。
- (2) 商务广告以现代市场营销理念为指导。
- (3) 商务广告充分利用大众传媒。
- (4) 商务广告在组织操作方面日趋成熟。

毋庸置疑,商务广告无论是为企业推销产品还是为消费者提供产品信息都具有极为重要的作用。

归纳起来,商务广告的功用主要体现在以下几点。

- (1) 为消费者提供产品信息。
- (2) 激发消费者的消费需求。
- (3) 推动企业之间的竞争。
- (4) 树立良好企业形象和产品形象。
- (5) 创造美的享受。

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>