

<<体验商务英语商法读本>>

图书基本信息

书名：<<体验商务英语商法读本>>

13位ISBN编号：9787040189391

10位ISBN编号：7040189399

出版时间：2006-12

出版时间：高等教育出版社

作者：史密斯,

页数：120

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;体验商务英语商法读本&gt;&gt;

## 前言

为了迎接入世挑战,满足高等院校学生和广大英语爱好者学习商务英语的需求,高等教育出版社引进了培生教育集团出版的Market Leader的和Powerhouse系列教材,并将这两套教材改编为《体验商务英语》系列教材。

《体验商务英语》系列教材由《综合教程》、《同步练习》、《听说教程》、《视听说》、《教师用书》、《商务英语语法》、扩展阅读系列以及配套的录音和录像组成。

该系列教材为学习者提供了全新的学习方式,即在体验中学习商务英语,进而提高运用英语进行商务交际的能力。

《体验商务英语》系列教材具有全球化视野和时代特色,其特点主要表现在以下几个方面:将国际商务活动的真实内容引入课堂教学,体验真实的商务世界。

本系列教材为商务英语教学提供了大量真实、生动的素材,使学生在掌握语言技能的同时,了解现代国际商务的现状,以达到在体验商务中学习语言、提高商务交际能力的目的。

这一特色反映在选材上是丰富多彩的国际商务内容,涉及现代市场经济条件下商务活动的各个方面和时代课题,如全球化、国际营销、技术创新、营销策略、企业文化、市场竞争、经营风险、危机管理、电子商务等等。

角色扮演和案例学习将体验式学习引向深入。

本系列教材的突出特色是任务式、体验式的教学活动设计。

《综合教程》的每个单元都有角色扮演和案例学习等交际任务。

每个交际任务都以真实的商务交际情景为参照,交际任务目标明确,鼓励学习者在完成交际任务的过程中复用所学语言知识,提高交际能力,将自己的经历和观点融入交际活动之中。

教学设计严谨,为体验式学习打好基础。

《综合教程》的每个单元通过讨论与学习者相关的话题导入教学。

然后是相关商务词汇、听力和阅读、语法和商务技能的学习。

中间穿插形式多样的任务活动。

最后,在充分学习、掌握相关内容和技能的基础上,进行案例学习和商务写作练习。

整体编排层层递进,前面的学习为角色扮演、案例学习等实践型交际训练打下了基础。

教学资源丰富,为体验式教学提供有力支持。

《综合教程》、《听说教程》和《视听说》主要供课堂教学使用。

配套录音和录像(包括短片、著名企业家访谈等)提供了生动的视听素材,可供课堂教学或补充学习使用。

从学习者的需求和兴趣出发编写,使体验式学习更方便。

《综合教程》中的主题全部在师生中广泛调研的基础上精心挑选,反映了大部分学习者的需要和兴趣,可激发学生进一步学习、探索。

《体验商务英语》扩展阅读系列包括《银行与金融读本》、《商法读本》和《国际管理读本》,旨在扩大相关领域的阅读量,让学习者了解相关知识,掌握相关词汇。

同时掌握基本阅读技巧。

《国际管理读本》涵盖了四方面内容:一是商业战略,如公司结构、企业全球化和跨国合并;二是公司文化,如全球性职业发展和国家间管理态度的差异;三是人力资源,如人员招聘、筛选和跨文化培训;四是国际经理人,如跨国管理本地化、成为最高管理者的方法、海外就职以及海外就职后归国。本教材课文大部分选编自英国《金融时报》等报刊,文章短小精悍,贴近实际,具有很强的时代感和实用价值,便于学习者理论联系实际,提高其学习管理英语和知识的兴趣。

## <<体验商务英语商法读本>>

### 内容概要

《体验商务英语》系列教材为学习者提供了全新的学习方式，即在体验中学习商务英语，进而提高运用英语进行商务交际的能力。

该系列教材是在培生教育集团出版的Market Leader和Powerhouse系列教材的基础上改编的，由《综合教程》、《听说教程》、《视听说》、《同步练习》、《教师用书》、扩展阅读系列、《商务英语语法》和配套的录音、录像等组成。

<<体验商务英语商法读本>>

作者简介

作者：沈璐 改编：《体验商务英语》改编组 编者：(英国)史密斯 (Pricia Smith)

<<体验商务英语商法读本>>

书籍目录

Unit 1 Arbitration Unit 2 Discrimination Unit 3 Competition Unit 4 Brand names Unit 5 Patents and intellectual property Unit 6 Land ownership Unit 7 In confidence Unit 8 Licences Unit 9 Fraud Unit 10 Telephone crime Unit 11 Money laundering Unit 12 Cyberspace fraud Unit 13 The Magic Kingdom Unit 14 Civil litigation Unit 15 Liability Unit 16 Who's to blame? Unit 17 Business lawyers Unit 18 Inheritance tax and the family company Glossary & notes Key Check test 1 Check test 2 Check tests key

章节摘录

插图：A Understanding main points Read the text on the opposite page about a dispute between two international companies with very similar brand names and answer these questions.1 What characteristics of a trademark must be taken into account in this dispute ?

2 Which treaty does the case refer to ?

3 What products are made by the two companies in the text ?

4 Why did Canon oppose the German registration of Cannon ?

5 Which company used the trademark first ~ the Japanese company ( Canon ) or the US one ( MGM ) ?

6 Which two main questions did the court consider ?

7 What is the essential function of a trademark ?

8 What confusion must the public be protected against ?

9 What kind of competition does the Treaty aim to establish ?

10 Was MGM allowed to register its trademark Cannon in Germany ?

Who won the case ?

B Understanding details Answer these questions.1 Why is reputation important for trademarks ?

2 Why does the earlier trademark have a stronger claim than the later one ?

3 What is included in the concept of confusion on the part of the public ?

4 Why does the case law mention the distinctive nature of the trademark ?

5 What exactly does a single undertaking refer to ?

( line 121 ) 6 Is it true that trademarks which are very distinctive have greater protection under the law than unmemorable or vague ones ?

7 Does undistorted competition mean the same as unfair competition ?

8 How does a trademark enable a consumer to distinguish between similar products or services ?

<<体验商务英语商法读本>>

编辑推荐

《体验商务英语商法读本》是由高等教育出版社出版的。

<<体验商务英语商法读本>>

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>