

<<经贸英语阅读教程>>

图书基本信息

书名：<<经贸英语阅读教程>>

13位ISBN编号：9787111269557

10位ISBN编号：7111269551

出版时间：2009-1

出版时间：机械工业出版社

作者：潘忠，王茜 主编

页数：196

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>

<<经贸英语阅读教程>>

前言

2006年,本教材编写组成功编写并出版了《经贸英语阅读教程》,广受社会好评。为适应新形势的发展,及时更新知识,现组织编写并出版第2版。

随着我国对外开放和市场经济建设的逐步深入,人们越来越注重对外交流能力的培养。本教材就是为了满足这一需求而编写的。

本教材主要针对的是高等院校的经济贸易类专业学生,尤其是国际经济与贸易专业的学生,可用做其专业英语、专业阅读等课程的教学。

通过阅读一定篇幅原汁原味的英语文章,学生能够熟悉经贸领域惯用的专业词汇和典型语句,并了解国内外经贸领域曾经发生的重大事件。

本教材能纵深发展学生的英语实际运用能力,提高学生阅读理解经贸英语文章的水平,为其今后踏上工作岗位获取即时经贸信息和发展动态打下必要的语言基础,提高对外交流水平。

同时,本教材也可作为社会上从事对外经济贸易工作或从事其他涉外活动的人士用于提高商务英语(Business English)水平的阅读材料。

本版新编教材共收录16篇课文,每篇课文都经过编者的认真筛选,具有实用性,知识性、时效性的特点。

题材兼顾中国经济和世界经济,涵盖了包括中国对外贸易、国际贸易组织、世界经济、国际金融、商品贸易、外贸运输、国际经济合作等诸多领域。

每篇课文除了课文正文(Text)以外,还包括词汇解释(Words & Expressions)、专有名词(Proper Names)、课文注释(Notes)、理解问答(Tasks for Discussion after Reading)和补充阅读材料(supplementary Reading)。

本教材除了针对课文进行重要语法和语言现象的解释之外,最大的特点是还对课文中出现的各种专业组织、专业词汇进行了更加深入广泛的补充性解释,可以起到扩大学生知识面的作用。

<<经贸英语阅读教程>>

内容概要

作者经过认真筛选，提供了原汁原味的英语经贸文章，题材兼顾中外经济，涵盖诸多行业领域。本教材具有实用性、知识性和时效性的特点，尤为重要是对课文中出现的各种专业组织和专业词汇进行了更加深入广泛的补充性解释。本书能纵深发展学生的英语运用能力，提高学生阅读理解经贸英语文章的水平，为其日后工作打下必要的语言基础。同时，本书也可作为涉外活动人士用于提高商务英语水平的阅读材料。

<<经贸英语阅读教程>>

书籍目录

前言教学建议第1章 中国开始开展自由贸易谈判第2章 分析：中国增长能再持续30年吗第3章 上海证券交易所第4章 多哈困境第5章 贸易与可持续发展：多哈发展议程第6章 欧元：一体化前景第7章 过于扭曲的画面第8章 全球次贷危机七大问题第9章 我们的货币，你们的问题第10章 美国人储蓄很少，如何改变第11章 美国需要经济衰退吗第12章 人们疑惑高涨的石油行情是否无视供求规律第13章 高海洋运费，高价格第14章 新丝绸之路第15章 能力、贸易与发展第16章 两个世界的故事参考文献

章节摘录

Mr. Wei Jianguo : Vice Minister of Commerce of PRC : said on July 23 that Chinas foreign trade in 2005 was expected to hit a new high : and imports and exports of hi-tech products would reach US\$400 billion : which indicated that foreign trade of China has entered into a new stage of being a strong trading nation from a big one. But we should notice that China was still at a lower level in foreign trade with lower quality and efficiency : therefore : we should implement deeply the strategy to rejuvenate trade through science and technology : encourage and support exports of high-tech products with proprietary brands. Mr. Wei Jianguo pointed out at the National Working Conference of Commercial System in Science and Technology that China had a long way to go in foreign trade compared with developed countries. Only if to expand exports of hi-tech products : service and products with proprietary brands or self-determination of IPR : could China take part in the international economic cooperation and competition with a bigger scale : in broader fields and at a higher level : only if to obtain proprietary brands : could "Going Out" be steady. We might loss the competition without our proprietary brands.

<<经贸英语阅读教程>>

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>