

<<会展英语>>

图书基本信息

书名：<<会展英语>>

13位ISBN编号：9787313056696

10位ISBN编号：7313056699

出版时间：2009-4

出版时间：上海交通大学出版社

作者：彭青龙，蓝星，葛建光 编著

页数：90

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>

<<会展英语>>

前言

改革开放30年来，特别是我国加入世界贸易组织8年来，国际商务领域发生了翻天覆地的变化。以国际贸易为例，1978年中国的进出口总额为206亿美元，而2007年我国的进出口总额已达21738亿美元。

经济社会迅速发展的形势要求高等院校培养出一大批具有坚实的英语语言基础和熟练的听、说、读、写、译等能力，熟悉和掌握国际贸易基本理论、基础知识和基本技能，了解国际惯例及我国对外经济贸易的方针政策及法规，能从事国际商务活动、胜任涉外企业相应岗位的各类复合型人才。

为顺应国际商务领域对复合型商务英语人才的需求，2005年上海市教委批准上海对外贸易学院主考高等教育自学考试商务英语专业（独立本科段）。

该专业于2005年10月开考以来，报考课程已迅速上升到近3千门次，报考人数超过千人，呈现出良好的发展趋势。

2006年以来国家教育部先后批准对外经济贸易大学、上海对外贸易学院和广东外语外贸大学试办商务英语本科专业。

这标志着我国的商务英语教学跃上了新的层次。

何为商务英语？

我们认为商务英语的内涵和外延应该随着商务领域的变化而变化。

改革开放以来中国的国际商务环境发生了巨大的变化。

以国际贸易为例，贸易事业的运行对象、政策领域、体制环境、管理方式和运行平台等方面已经发生了重大变化：一是贸易的运行对象已经从传统的货物贸易向包括货物贸易、服务贸易和知识贸易在内的“大贸易”拓展；二是贸易政策涉及的范围已经从过去单纯的贸易政策领域向与贸易有关的领域延伸；三是贸易的体制环境已经从计划经济条件下封闭的国内贸易体制环境向社会主义市场经济条件下开放的全球多边贸易体制环境转型；四是国家对贸易的管理方式已经从传统的内外贸分割管理向内外贸一体化管理的方向转变；五是贸易运行平台已经从传统的贸易运行平台转向数字化、信息化和网络化的贸易运行平台。

本教材力图反映国际商务领域的最新发展。

在新形势下，“国际贸易就是跨境商品买卖”这一传统定义已经难以涵盖当前国际贸易活动的丰富内涵。

人们开始把任何为了满足个人和机构需要而进行的跨境商业交易称之为国际商务。

具体地说，国际商务包括商品、资本、服务、人员和技术的国际流通，知识产权（包括专利、商标、技术、版权等）的跨境交易，实物资产和金融资产投资，用于当地销售或出口的来料加工或组装，跨国的采购和零售，在国外设立仓储和分销系统等。

由此可见，国际商务的内涵十分丰富。

它包括国际贸易和外国直接投资以及与国际贸易和外国直接投资有关的方方面面。

就所涉及的领域而言，国际商务涉及了跨文化交际、国际营销、国际金融、国际会计、国际审计、国际税收、国际结算、跨国公司、对外直接投资、人力资源管理、国际物流、知识产权、电子商务和贸易法律等领域。

就所涉及的行业而言，国际商务不仅包括国际贸易和国际投资，还包括物流、旅游、银行、广告、零售、批发、保险、教育、电信、航空、海运、咨询、会计和法律服务等行业。

我们认为在上述环境下使用的英语都应纳入商务英语的范畴。

<<会展英语>>

内容概要

《会展英语》分“展览业务”和“会议业务”两部分。

第一部分为八个单元，主要内容为展览项目的策划，前期准备，市场营销，招展及展商服务，专业观众邀请，展后服务等；第二部分为四个单元，主要内容为PCO的职责，会议的策划实施，参与者的邀请以及现场管理工作等。

《会展英语》为上海市高等教育自学考试商务英语专业（独立本科段）会展英语的指定教材，不仅适合于成人自学、专升本考试，同时也是会展业人员自学进修的参考书。

对开设会展策划与管理课程的高等院校也是一本不可多得的教科书。

<<会展英语>>

书籍目录

Part one 展览业务 Unit 1 中国展览业的发展 Unit 2 项目策划 Unit 3 准备阶段 Unit 4 会展市场营销
Unit 5 招展阶段 Unit 6 展商参展服务 Unit 7 专业观众的邀请 Unit 8 展后服务Part two 会议业务
Unit 9 专业会议组织者的作用 Unit 10 会议策划实施 Unit 11 会议邀请 Unit 12 会议现场工作参考
答案参考译文考试大纲

<<会展英语>>

章节摘录

1) “展览会”的名称：国内对“展览会”名称的定义尚未有权威的规定，国际上对展览会也有多种名称，所以在学习会展知识时经常发生混淆。

一般来说，exhibition泛指各类展览活动，有明确的办展日期、地点、名称并以展示为主要形式的活动，即可称作一个展览会；Exhibition和exposition国际上是可以互用的，但在中国，exposition常被理解为“博览会”，简写expo。

industrial show, trade show或trade fair是指行业或专业类展览会，主要展出某些工农业和科技领域的成果、生产资料、工农业产品等，主要为专业人士开放。

美国习惯用trade show，德国普遍用trade fair。

public show或consumer show是指展出终端类或消费类产品。

对公众开放的展览会，现场可零售。

fair一词是从农贸集市演变而来，多译为集市、交易会，现多指较有规模的交易盛会，如Temple Fair庙会、Book Fair书展、the Canton Fair广交会等。

另有一种非盈利性质的展览会，以公益宣传、公众教育和成就展示为主要目的，称public interest show / display。

2) 与欧美国家举办展览会不同，在中国举办国际展览项目必须获得行政许可。

如果展会组织者打算举办一个国际展览会，必须向所属的上级主管部门提出申请，也就是“报文”。以上海地区为例，有资质的会展公司将举办对外经济技术展览会的申请表以及其他必需的展览会信息资料上交给上海市会展行业协会，经过资料审核后，再报送市外经贸主管机构审批，合格的展览项目将获得外经贸主管部门的“批文”。

科研和技术交流为内容的展览会由市科委审批，教育类的展览会由政府教育主管部门审批，由中国国际贸易促进委员会（简称“贸促会”）系统举办的国际展览会由中国贸促会审批。

3) 举办国际展览会的市场调研及可行性报告是正规的办展程序中的一份重要文件，它从宏观方面分析和阐述了该展览项目举办的客观条件和依据，为整个展览项目提供方向性指导。

展览会实施工作的文件是招展招商策划方案和计划，它从微观的方面对项目的各项具体工作开展提出较明确的思路和要求，列出工作任务和阶段等。

这两份内部工作文件都是申请“批文”所要求的附件。

编辑推荐

《会展英语》讲述在新形势下，“国际贸易就是跨境商品买卖”这一传统定义已经难以涵盖当前国际贸易活动的丰富内涵。

人们开始把任何为了满足个人和机构需要而进行的跨境商业交易称之为国际商务。

具体地说，国际商务包括商品、资本、服务、人员和技术的国际流通，知识产权（包括专利、商标、技术、版权等）的跨境交易，实物资产和金融资产投资，用于当地销售或出口的来料加工或组装，跨国的采购和零售，在国外设立仓储和分销系统等。

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>