

<<大学英语4级考试高分特训>>

图书基本信息

书名：<<大学英语4级考试高分特训>>

13位ISBN编号：9787530381342

10位ISBN编号：7530381342

出版时间：2011-8

出版单位：北京教育出版社

作者：王长喜 主编

页数：378

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>

<<大学英语4级考试高分特训>>

内容概要

四级听力，听音之前，透过题目选项，可以看出哪些信息？听音之时，应该留意哪里，才能抓住做题关键？

四级阅读，读文章时，应该读些什么，才能切实读懂读透？做题目时。

应该分析什么。

才准确拎出答案？

四级完形，空前空后，哪些做题线索，已在提示空处答案？四级翻译，哪些词汇语法，译时需要适当注意？

四级作文，行文之前，哪些提纲信息，需要明确需要丰富？开始下笔，应从哪些方面，清晰展开详略得当？

归为一句，每个题型，我们如何做题，才能抓住做题关键，每个题型，我们如何应对，才能考场游刃有余？

这些问题，考生在想，我们也在设计，设计一种好的形式，简单直观，提示考生方法，引导考生学会做题。

一些图书，只重解析，说得头头是道，可若考生不会做题，面对题目，不知往哪去想，解析再好又有何益？

还有一些，方法技巧，也是解析时说，做完题了才去灌输，这个时候，脱离做题过程，考生还能学会多少？

四级考试，每个题型，均有做题方法，学会方法至关重要，很多考生，不知怎么做题，所以成绩迟迟不前。

做题之时，大脑活跃，这时适时指点，引导考生怎么做题，往哪去想，考生最易领悟，一些思路也易培养。

题目右侧，给出提示，在你做题之时，适时引导如何做题，往哪去想，应该想些什么，慢慢形成清晰思路。

本书独创，题旁提示，在你做题中间，适时引导如何做题，体验学习，让你潜移默化，做题中间领会方法。

题旁提示，引导做题，全面激活思维，让你真正学会做题。

深入进去，你会很快发现，做题其实充满趣味。

<<大学英语4级考试高分特训>>

书籍目录

第一篇 听力理解

第1堂 如何进行听前预测

30分钟听讲

- 一、通过选项内容推测对话内容
- 二、利用选项特点推测问题内容
- 三、通过选项推断问题是针对谁提问
- 四、通过主题一致原则排除干扰选项

20分钟练习

25分钟讲评

第2堂 理解特殊句式语气

30分钟听讲

- 一、建议句式
- 二、比较句式
- 三、推测句式
- 四、转折语气
- 五、虚拟语气
- 六、反问语气

20分钟练习

25分钟讲评

第3堂 如何锁定听音重点

30分钟听讲

- 一、综合各题选项推测对话主题
- 二、利用选项特点推测问题内容
- 三、通过主题一致原则排除干扰选项

20分钟练习

25分钟讲评

第4堂 如何抓住对话细节

30分钟听讲

- 一、精听开头结尾
- 二、留意一问一答
- 三、把握逻辑关系
- 四、记录数字信息
- 五、注意地点场景
- 六、抓住建议、比较、举例、列举、推测等常设题点
- 七、注意提高笔记效率

20分钟练习

25分钟讲评

第5堂 熟悉短文常设题处

.....

第二篇 阅读理解

第三篇 综合测试

第四篇 短文写作

第五篇 摸底测试

章节摘录

In the first year or so of Web business , most of the action has revolved around efforts to tap the consumer market. More recently , as the Web proved to be more than a fashion , companies have started to buy and sell products and services with one another. Such business-to-business sales make sense because business people typically know what product they're looking for. Nonetheless , many companies still hesitate to use the Web because of doubts about its reliability. "Businesses need to feel they can trust the pass-way between them and the supplier , " says senior analyst Blane Erwin of Forrester Research. Some companies are limiting the risk by conducting online transactions only with established business partners who are given access to the company's private intranet. Another major shift in the model for Internet commerce concerns the technology available for marketing. Until recently , Internet marketing activities have focused on strategies to "pull" customers into sites. In the past year , however , software companies have developed tools that allow companies to "push" information directly out to consumers , transmitting marketing messages directly to targeted customers. Most notably , the Pointcast Network uses a screen saver to deliver a continually updated stream of news and advertisements to subscribers' Computer monitors. Subscribers can customize the information they want to receive and proceed directly to a company's website. Companies such as Virtual Vineyards are already starting to use similar technologies to push messages to customers about special sales , product offerings , or other events. But push technology has earned the contempt of many Web users. Online culture thinks highly of the notion that the information flowing onto the screen comes there by specific request. Once commercial promotion begins to fill the screen uninvited , the distinction between the Web and television fades. That's a prospect that horrifies Net purists.

<<大学英语4级考试高分特训>>

编辑推荐

《长喜英语：大学英语4级考试高分特训（2011下）》题目右侧提示，引导如何做题。听力+阅读+完形+翻译+写作，唯一在练习引导做题的综合书。

<<大学英语4级考试高分特训>>

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>