

图书基本信息

书名：<<商务时文贯通BEC必考词（中级）>>

13位ISBN编号：9787546333540

10位ISBN编号：7546333547

出版时间：2010-8

出版单位：吉林出版集团有限责任公司

作者：谭季红 编

页数：388

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>

## 前言

剑桥商务英语证书(简称BEC)考试,是英国剑桥大学考试委员会根据英语为非母语国家的人员进行国际商务活动的需要设计的。

它主要从听、说、读、写四个方面考查考生在一般工作环境下和商务活动中使用英语的能力。

目前我国已有数百家外企把BEC证书作为衡量应聘人员英语水平的唯一标准。

在商务英语学习和考试过程中,丰富的词汇量是在BEC考试中取得好成绩的有力保证。

但由于商务英语有其特殊的背景和应用环境,决定了只掌握词汇的常用含义远远不够,词汇中含有的商务含义成为商务英语学习的难点。

而目前市场上的BEC应考书籍多为原版引进或全部用英语编写,由于缺少汉语说明,不利于考生掌握同“词”异“义”,所列的词汇表也大多只有词条解释,没有具体的语境来说明它们真正的含义和使用场合。

鉴于此,我们编写了“商务时文贯通BEC必考词”系列。

它以商务文章为主线,涵盖了BEC考试要求的核心必考商务词汇。

该系列包括《商务时文贯通BEC必考词(中级)》和《商务时文贯通BEC必考词(高级)》两本书。

其中,《商务时文贯通BEC必考词(中级)》是专为BEC中级考生专门编写的。

## 内容概要

《星火英语·商务时文贯通BEC必考词(中级)》：选材，依据BEC新版教材及真题精选商务时文，涵盖中级必考词条。

编排，按照在教材及真题中常见的商务情景主题分类。

栏目，时文概要、考场链接和英汉翻译.强化商务知识：词条突出商务语境.提高词汇储备量：归纳常用商务短语及搭配，突破常考要点；精美插图辅以多样助记方法，加强记忆效果。

附赠150分钟带字幕MP3光盘，英式发音，方便随时随地记忆。

书籍目录

Unit 1 全球化运动 1. 全球战略规划 2. 经济一体化的层次 5. 跨国公司 4. 美国银行加快全球扩张 5. 全球化的陷阱 Unit 2 世界经济动态 6. 美国增加失业者, 各国股市却上扬 7. 亚洲经济复苏 8. 美国会破产吗? 9. 金砖四国光芒依旧 10. 信贷危机 Unit 3 国际贸易活动 11. 全球商品贸易复苏 12. 出口销售合同 13. 国际服务 14. 别了, 自由贸易 15. 请购买美国制造 Unit 4 国际经济组织 16. 世界银行与国际货币基金组织 17. G20峰会 18. WTO全球贸易谈判将重新启动 19. 达沃斯论坛 20. APEC峰会 Unit 5 财政金融 21. 迪拜债务危机 22. 股市反弹之余风险依旧 23. 国际基金争相扩大亚洲业务 24. 全球金融体系重造 25. 美联储结束减息周期 Unit 6 市场营销管理 26. 销售和购买 27. 市场促销 28. 市场营销观念 29. 竞争者分析和竞争性营销战略 30. 大公司努力重获消费者信任 Unit 7 企业成功经营 31. 时代华纳与互联网解体之后 32. 全球并购活动整体表现强劲 33. 企业应该把谁放在首位? 34. 哈雷·戴维森——公路之王 35. 撰写商业计划的建议 Unit 8 品牌战略管理 36. 微软公司的奇迹 37. 松下投资3D电视 38. 美国品牌成功秘诀 39. 雷诺、尼桑和戴姆勒宣布结盟 40. 可口可乐收购瓶装业务 Unit 9 职业生涯规划 41. 利用实习项目创造双赢 42. 宝洁前CEO投奔私募 45. 自我推销, 求职者指南 44. 塑造职场性格 45. 高管招聘有望回暖 Unit 10 电子商务发展 46. 电子商务 47. 谷歌移师香港 48. 网络零售业巨头亚马逊 49. 通用开启网上车市 50. 阿里巴巴欲全球扩张

章节摘录

We rarely contemplate or analyse the precise role of services in our lives——services often accompany products , but they are also , by themselves , an increasingly important part of the economy. Services may complement products; at other times , products may complement services. The offering of products that are in need of substantial technological support and maintenance may be useless if no proper assurance for service can be provided. For this reason , the initial contract of sale often includes the service dimension , and this practice is frequent in aircraft sales. When an aircraft is purchased , the buyer contracts not only for the physical product——namely , the plane——but often for the training of personnel , maintenance service , and the promise of continuous technological updates. This linkage between goods and services can make international marketing efforts quite difficult , for example , a foreign buyer may want to purchase helicopters and contract for service support over a period of 10 years. If the sale involves a U.S. firm , both the product and the service sale will require an export license. Because the issuance of a license is often dependent on the political climate , the buyer and the seller are haunted by uncertainty.

编辑推荐

一站式提高阅读能力及词汇储备量。

精选50篇商务英语时文，涉及世界最热门话题，全景展现商务知识。

500个英文长句，逐句翻译，品味原汁原味翻译，提高英语水平。

1500个核心商务词汇，搭配商务语境，全面掌握商务词义·特设考场链接、语境、短语、搭配、助记栏目，考试要点一网打尽。

150分钟超值MP3光盘，地道英式发音，单词、例句全包括。

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>