

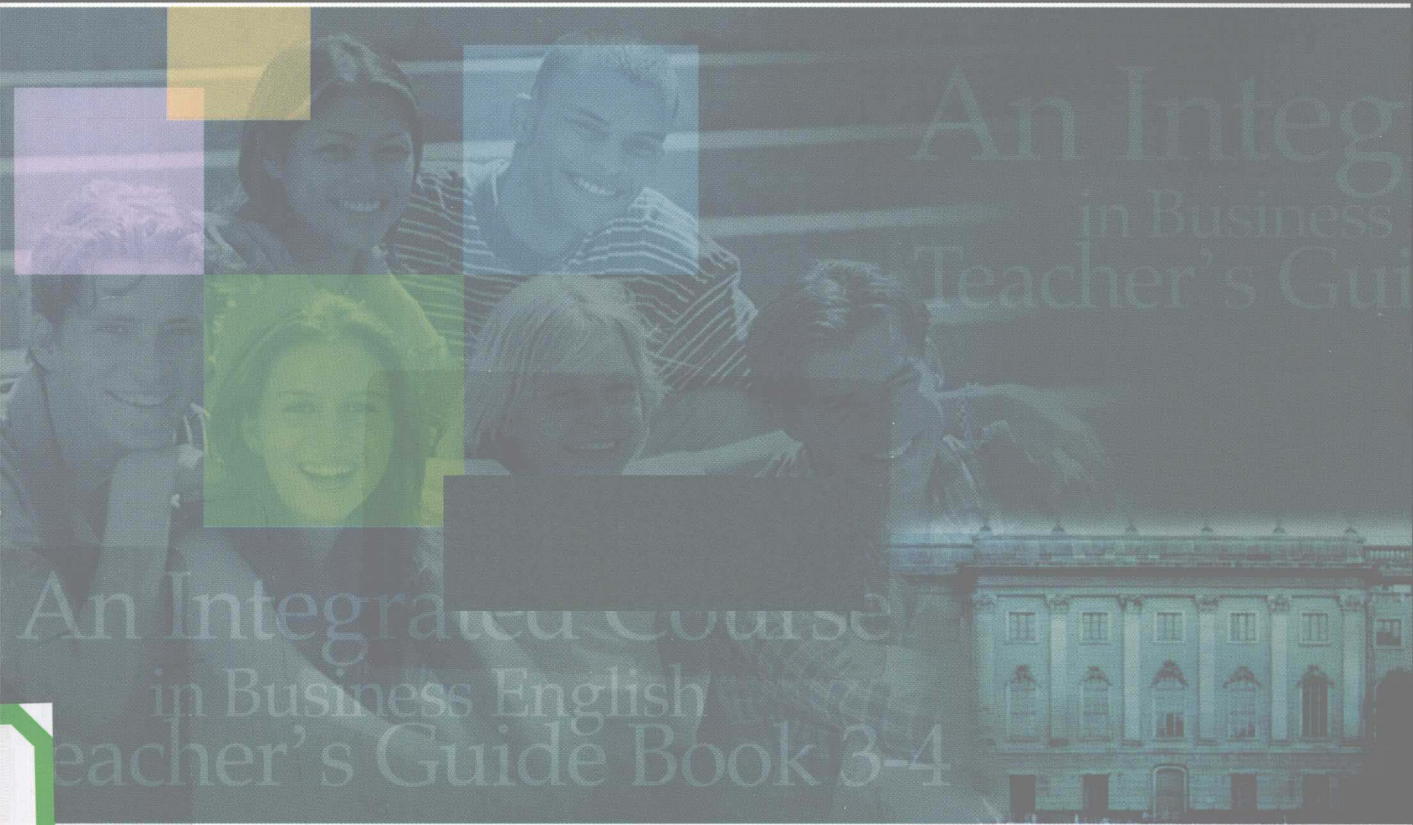


新基点 全国高等院校商务英语专业本科系列规划教材·语言技能子系列

NEW BENCHMARK

商务英语综合教程

教师用书 3-4



彭青龙 总主编 龙毛忠 王瑞昀 主编

**An Integrated Course in Business English
Teacher's Guide Book 3-4**



对外经济贸易大学出版社

University of International Business and Economics Press

新基点全国高等院校商务英语专业本科系列规划教材·语言技能子系列

总主编：彭青龙

商务英语综合教程 教师用书 (第二、四册)

对外经济贸易大学出版社
中国·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

商务英语综合教程教师用书. 第3、4册 / 彭青龙主编;
龙毛忠, 王瑞昀分册主编. —北京: 对外经济贸易大学出版社,
2010

(新基点 (NEW BENCHMARK) 全国高等院校商务英语
专业本科系列规划教材)

ISBN 978-7-81134-627-5

I. ①商… II. ①彭…②龙…③王… III. ①商务-英语-
高等学校-教学参考资料 IV. ①H31

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 002088 号

© 2010 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

商务英语综合教程教师用书 (第三、四册)

龙毛忠 王瑞昀 主编

责任编辑: 戴 菲

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街10号 邮政编码: 100029

邮购电话: 010-64492338 发行部电话: 010-64492342

网址: <http://www.uibep.com> E-mail: uibep@126.com

唐山市润丰印务有限公司印装 新华书店北京发行所发行

成品尺寸: 185mm × 230mm 12.5 印张 250 千字

2010年2月北京第1版 2010年2月第1次印刷

ISBN 978-7-81134-627-5

印数: 0 001 - 3 000 册 定价: 21.00 元

新基点 (NEW BENCHMARK)

全国高等院校商务英语专业本科系列规划教材编委会

总顾问

陈准民 (对外经济贸易大学)

编委会主任委员 (按姓氏笔划为序)

王立非 (对外经济贸易大学)

王光林 (上海对外贸易学院)

王 艳 (北京外国语大学)

车丽娟 (东北财经大学)

平 洪 (广东外语外贸大学)

帅建林 (西南财经大学)

吕世生 (南开大学)

许德金 (对外经济贸易大学)

陈 洁 (上海对外贸易学院)

张翠萍 (对外经济贸易大学)

陈振东 (上海财经大学)

林添湖 (厦门大学)

宫桓刚 (东北财经大学)

郭桂杭 (广东外语外贸大学)

彭青龙 (上海对外贸易学院)

潘惠霞 (西安外国语大学)

出版说明

新基点 (NEW BENCHMARK) 全国高等院校商务英语专业本科系列规划教材由对外经济贸易大学出版社联合对外经济贸易大学、广东外语外贸大学、上海对外贸易学院、西安外国语大学、东北财经大学、上海财经大学等院校的骨干教授编写而成。

2007 年国家教育部批准设立了商务英语本科专业。为促进商务英语学科建设, 适应教学改革和创新的需要, 对外经济贸易大学出版社特组织编写了“新基点”系列教材。本系列教材体现商务英语专业最新教学特点和要求, 是面向二十一世纪的一套全新的立体化商务英语教材, 主要适用于全国各高等院校商务英语专业本科学生。

本系列教材旨在培养具有扎实的英语基本功, 掌握国际商务基础理论和知识, 具备较高的人文素养, 善于跨文化交流与沟通, 能适应经济全球化, 具备国际竞争力的复合型英语人才。教材共由语言技能、商务知识、人文素养三个子系列组成。

语言技能子系列包括商务英语综合教程 1-4 册、商务英语听说 1-4 册、商务英语写作 1-4 册、商务英语翻译 1-2 册。

商务知识子系列介绍商务基础理论和商务实践的具体知识, 主要包括经济学原理、管理学原理、商法导论、跨文化交际导论、国际贸易实务、营销学等主干教材。

人文素养子系列主要包括语言学导论、英美国家概况、欧洲文化、英美文学选读、英美散文等核心教材。

上述的每套子系列教材都自成体系, 合在一起又形成一个有机的整体。本套教材不是封闭的, 而是随着教学模式、课程设置的和课时的变化, 不断推出新的内容。对外经济贸易大学出版社旨在广泛调动社会智力资源, 与时俱进、推陈出新, 推出一套适合新兴商务英语专业本科学生的系列教材。

编撰者不仅具有丰富的语言教学经验, 而且获有工商管理、经济学等商科专业的硕士或博士学位, 具备商务活动的实践经验。他们集教学经验和专业背景于一身, 这是本套商务英语系列教材编撰质量的有力保证。

对外经济贸易大学出版社

外语图书事业部

2008 年 4 月

前言

进入大众化教育以来，中国高等学校英语专业的培养目标和培养模式日趋多样化。其标志性变化就是传统的英语语言文学专业裂变成商务英语专业和翻译专业，从而形成了英语、商务英语和翻译三足鼎立的局面。虽然国内学者仍就这三个专业的共同性和差异性争论不休，但是教育部批准设立上述专业，既是顺应社会经济发展对各种英语人才需要的体现，也反映出单纯的英语语言文学专业人才的需求在减少。截止目前，已有上海对外贸易学院、对外经贸大学、广东外语外贸大学等7所高校被正式批准招收商务英语专业的学生，众多高校还在积极申请开办这一新专业。此外，据不完全统计，全国有500多所高校开设了商务英语课程。这些事实说明商务英语专业发展趋势良好，前景广阔。

众所周知，不管英语专业如何裂变，必须要让学生打好语言基本功，掌握听说读写译的技能，只有这样才能进行语言交际。交际法认为，人们对语言的掌握是在交际过程中“习得”的。语言交际的环境越真实，就越能够掌握有效的交际能力。有鉴于此，学习真实的语言交际材料，尤其是商务语境下的语言材料，就能够缩短课堂教学与实际生活、工作的差距，学以致用，进行有效的商务沟通。基于这种认识，我们试图打破传统教材先学“阳春白雪”的语言，然后再进行商务“嫁接”的模式，而是从一开始就让学生置身于商务语境，学习商务基础理论和知识，直接进行商务实践的训练，从而为将来的职场竞争打好基础。实践证明，直接学习商务英语教材而不是基础英语，也能打好语言的基本功。据调查，许多普通高校英语（商务英语方向）专业的学生直接学习商务英语教材，四八级通过率依然分别保持在98%和85%以上，商务英语专业学生的就业率一直在99%以上，比其他相关专业学生更具竞争力。

当然，此言只是想表明我们所编的教材在指导思想和理念上与传统教材有所区别，但并不是说商务英语专业建设，尤其是教材建设就没有问题。我们提倡的是一种多元化的外语教育，既有重点大学的研究型教育，也有普通高校的实用型教育，还有兼而有之的混合型。不同的培养目标和培养模式需要不同的教材来体现和推广。我们这套教材体

现的培养目标就是为外资、外事等企事业单位培养具有扎实的语言基本功,较强的人文学科底蕴,熟练掌握英语读、写、听、说、译五种技能,通晓国际商务基本知识和实务,具有较强应用能力和较高综合素质的复合型人才,满足现代社会需求。

《商务英语综合教程》共分四册,每册 12 个单元,内容包括经济、管理、国际法和跨文化四大模块,涉及全球经贸、国际营销、企业管理、金融理财、品牌策略、公共关系、人力资源、危机管理、企业家、房地产、电子商务、企业社会责任、商业道德、跨文化交流、职业选择、领导艺术、商业团队建设、网上购物、客户服务、商业间谍和能源危机等多个方面。每单元均由 Text A、Text B、Text C 及相关练习组成。Text A 侧重商务词汇、语法知识及篇章理解。Text B 着力培养学生的商务英语口语和写作能力等交际能力。Text C 主要是提高学生的听力技能和人文底蕴。本套教材主要适用于全日制商务英语专业或者英语(商务英语方向)专业的一二年级大学生,也可作为全日制非英语专业学生的选修课教材或行业培训教材。教材分学生用书和教师用书,一般每周 4-6 课时为宜,教师可根据学生的英语水平和课时安排取舍。

本套教材除了兼具前瞻性、系统性、实用性和趣味性等特点之外,尤其强调以下几个“突破”。

第一、突破语言基本功仅仅是听说读写译技能的传统,强调交际能力优先培养的教学理念。在注重语言“输入”的同时,我们尤其看重学生“说与写”的语言“输出”能力,旨在进一步提高学生在商务环境下的有效交际能力。因此我们设计了大量的说与写的练习和案例分析,满足课堂教学的需要。

第二、突破课堂教学与职场需求相分离的传统,强调学以致用的实际运用能力。虽然课堂教学有其局限性,但我们在课文内容的选材、练习的设计都尽力做到与职场的“零”距离接触,使学生能够举一反三,有身临其境之感。学生在课堂上所学的商务知识都是他们将来走向工作岗位时所必须掌握的。

第三、突破以教师为中心的课堂教学传统,强调学生与教师的互动和交流。虽然我们不能忽视教师的作用,但以学生活动为主体是我们编写教材的指导性原则之一。因此我们在每一个单元的导入、讨论、案例分析、写作、角色转换和辩论等部分都有意识地增加了学生的“戏份”,让他们充分展示才华,增强交际的信心。

第四、突破教学手段、方法单一的传统,强调文字、图像、声像统一的立体化教学。单一的教学方法和手段使课堂教学枯燥难耐,因此我们在设计教材时,充分利用网络多媒体技术,给学生展现一个多样化的世界。即使是平面文字,我们也尽量做到图文并茂,激发学生的学习兴趣。

第五、突破学生依靠老师获取知识的单一传统,强调学生自主性学习和创新性学习。传统教材只注重教师传授知识的作用,学生的创新能力未得到有效开发。本套教材

通过配备自主学习的练习、启发性问题、案例分析和相关网站信息，将课堂学习延伸到课外的自主学习中，从而使学生在分析、综合、判断、推理的基础上，独立提出新观点、新见解，提高批判性思维能力。

第六、突破商务性与人文性相对立的传统，强调培养有人文素养的“儒商”。虽然本教材强调实用性较强的商务理论知识和实践能力，但也秉承人文性原则，学生通过人文知识的学习，可以不断提高人文意识，有效地开展跨文化交际活动。教材中 Text C 就是这样设计的。

每当编写教材的时候，我们总是树立一种目标，秉承一种理念，赋予百分百的热忱和努力，希望能够满足百千万读者渴求知识、立志成才的愿望。然而，由于时间仓促，水平有限，书中恐有疏漏之处，但我们同样以百分百的真诚，欢迎专家、学者提出宝贵意见，并努力将错误减少到最低。

本套教材凝聚了整个团队的心血，我们感谢各位同仁的大力支持。同时感谢对外经济贸易大学出版社的鼎力支持。本教材获得上海市第二期本科英语教育高地建设项目资助。同时，也是上海市教委英语特色专业重点教材建设成果。

《商务英语综合教程》编写组

2010年1月于上海



Contents

第 三 册

Unit One	Keys to Being a Successful Entrepreneur	(2)
Unit Two	Office Politics	(9)
Unit Three	Real Work at Home Jobs	(17)
Unit Four	Employee Turnover	(26)
Unit Five	Customer Management	(34)
Unit Six	Market Expansion	(43)
Unit Seven	Localization Strategy	(51)
Unit Eight	Monopoly	(58)
Unit Nine	Global Tourism	(66)
Unit Ten	Green Business	(73)
Unit Eleven	The Beauty Industry	(80)
Unit Twelve	A Return to Thrift	(88)

第 四 册

Unit One	Franchise Business	(98)
Unit Two	The Real Estate Business	(107)
Unit Three	Security in E-Commerce Era	(114)
Unit Four	Credit Card	(122)
Unit Five	Creation of Corporate Culture	(128)

Unit Six	Cultural Difference in Business	(134)
Unit Seven	Mergers & Acquisitions	(141)
Unit Eight	Telecommuting	(147)
Unit Nine	Business and Customer-centeredness	(155)
Unit Ten	Business Ethics	(163)
Unit Eleven	Corporate Social Responsibility	(170)
Unit Twelve	Piracy	(180)

第三册

Unit One	Keys to Being a Successful Entrepreneur
Unit Two	Office Politics
Unit Three	Real Work at Home Jobs
Unit Four	Employee Turnover
Unit Five	Customer Management
Unit Six	Market Expansion
Unit Seven	Localization Strategy
Unit Eight	Monopoly
Unit Nine	Global Tourism
Unit Ten	Green Business
Unit Eleven	The Beauty Industry
Unit Twelve	A Return to Thrift

Unit One

Keys to Being a Successful Entrepreneur

Lead-in

2. Chances are, each person that reads this will have a different point of view of who is the most successful entrepreneur. It doesn't really matter. What matters is that the students know what success means to them. It doesn't matter if he/she wants to create a giant corporation or write for a blog that makes just enough to pay his/her monthly bills. If that's what fulfills his/her vision of purpose and success, he/she should go for it. Urge the students to list all the required traits for a successful entrepreneur they can think of.

Text A

参考译文

成为成功企业家的七大要素

最近由《福布斯》杂志主持的一次民意调查表明,多数读者宁可成为一名亿万富翁,也不愿成为诺贝尔和平奖获得者、伟大的科学家或知名的运动员。尽管很少有人真地付诸实践,但大多数普通人都梦想着发财致富,这并非什么秘密。根据统计数据,每年光在美国这一个国家就有十多人成为百万富翁!而这群人中绝大多数都是白手起家、自己当上老板的人。这也就意味着,想追寻你的致富目标,你得从经营自己的企业开始。

成为一名企业家可不是件简单的事!让我们首先来给“企业家”这个词下一个定义,然后来探究一下在当今的世界企业家所应具备的一些基本特征。企业家是管理并运作一

家公司的个人,他还得为此承担风险。企业家不会选择退缩或欣然接受命运的安排,他会迎难而上,主宰自己的命运,并有持久的恒心去开拓自己的人生路。要成为理查德·布兰森、史蒂夫·乔布斯或亨利·福特这样的人,你就必须冒险作出一些商业决策,但即使是在压力重重的经济环境下这些决策也有可能带来正面的收益。企业家不会在某一现存的公司工作,而是主动选择开创自己的公司,同时还要面对伴随而来的各种风险(如财务上的、名誉上的、家庭稳定方面的,甚至是牵涉到自尊的)。研究者指出,企业家的“实用冲动”,即在压力下快速作出决定的一种能力是将他们与普通人的区别开来的重要因素。除此之外,如果你想在自己的企业里获得成功,你还得具备其他必要的条件。这些条件中有些是你与生俱来的内在的个性特征,而有些是随着时间的推移培养出来的。了解这些特征并找到自己的弱点——即那些需要加强的地方——将最终帮你成为成功的企业家。

1. 常识

研究表明那些最成功的商人都把“常识”看作是他们成功的基础。“常识”被定义为你对日常生活中所碰到的各种问题作出合理判断的一种能力。好的判断取决于你已掌握的知识和以往的经验,这两者的结合构成了一个人具备常识的必要的先决条件。常识让你用更简单的方式理解复杂的问题并进入问题的核心。

2. 专业领域知识

如果你对决定从事的商业领域有深入的了解,创业会变得容易得多。大约有半数的家庭小企业的创始人都是先决定充分运用他们从以前自己熟知的工作经历中获取的知识。服装零售业大亨菲利普·格林宣称他对服装业的深入了解便是他成功的基石。他可以仅仅凭布料在他指间的滑动就能定出其价格,只需扫一眼衣物架就能预测下一季不行销的产品。那就是做成功企业家所需要的本领。大约有45%的新创小公司存活期不过两年,其中主要原因便是许多企业主在步入商海之前没有累积必要的专业领域知识。

3. 自信心

自信是企业家成功的关键。缺乏自信就很容易变得垂头丧气、懊恼并心生厌恶。自信是有关一个人如何感知自己能力的问题。一个成功的企业家坚信自己的能力,他并不惧怕探索未知的领域,不害怕冒险或做出困难的决定。然而,自信并不是你具备或不具备的一个个性特征。一个人可能在某种场合具有高度自信而在另一场合却完全缺乏自信。自信同样是可以训练培养起来的一种技能。

4. 将事情进行到底的恒心

成功的企业家勤奋且有恒心。他们如此自律,只要某项任务重要且与其目标相连,他们最终能完成好它。能使任务最终完成的这种毅力是动机与成果之间的重要纽带。企业家们时不时地被迫选择工作而不是娱乐,选择单调乏味的工作而不是令人愉快的工作,选择忙着发传真而不是读一份精彩的时尚杂志。这其中所需要的自制力正是许多人所不能

做到的。

5. 创造力

创造力是运用你的洞察力找到解决老问题的新方法的能力,它促使你通过不同的途径使任务完成或找到一种全新的方法使传统的因素共同起作用。其实在任何事情上企业家都需要有创新的思维能力。每件新产品,每种新的营销模式,每一商业决定——所有这些都是创造性思维的孕育之地。经常会有某些企业家就因为某一个创意点子而大获成功。

6. 领导能力

成功的企业家有领导他人的能力并让他们完成好各自的工作。他们会用到一连串各不相同的方法——有效的积极性的调动、策划、指导及评估来引领他人。他们同时也关心他人的福利而且易与人和谐相处。企业家们懂得与他人分享成功的荣誉,并意识到他们不可能独自一人建立起一个成功的企业。企业的持续成功需要具备各种能力的人才的共同努力。

7. 自立

成功的企业家试图对自己的行为负起全面的责任。他们明白,他们今天的成就和他们明日的走向都是他们自己所作的各种抉择的结果。他们是积极主动的一群人类,设定目标并能比常人多走一步来实现目标,他们主要靠的还是他们自己的能力和才干。他们未来的成功基于对自己天性和才干的信任,然而他们又不至于过于自负而不肯承认自己的弱点。他们并不隐藏自己的错误,而是分析错误并从中吸取教训,至少他们知道哪些东西是行不通的。他们不会老是想着失败而是把它当作日后成功的进身之阶。同样他们也从成功中获取经验,以此为基础为以后获取更大的成功作准备。自以为是只会导致屡屡失败。

即使你具备所有这些了不起的素质并对自己有充分的信心,如果你不亲自尝试一下的话,你始终很难想象你究竟会是多么好的一位企业家!因此,证明你所有能力的最好方式便是赶快创立一家自己的新公司!



exercises

I. Reading Comprehension

- | | | | | |
|------|------|------|------|-------|
| 1) F | 2) T | 3) T | 4) F | 5) F |
| 6) F | 7) T | 8) F | 9) T | 10) F |

II. Vocabulary**1. Matching up**

- 1) D 2) E 3) A 4) C 5) B

2. Word Derivation

- 1) assumption 2) Frustration 3) pursuit 4) resentment 5) presumed

III. Paraphrase

1. There is no secret that most of the average people dream about getting rich although only a small number of them are serious about making efforts to become a billionaire.
2. A surprising large number of these millionaires are self-reliant people who start from scratch and owners of business.
3. An entrepreneur chooses not to relax and accept readily what life treats him; he confronts life bravely, takes charge of his own life, and has a persistent determination to create his own path in life.
4. Some of these qualities are parts of your personality which you are born with, and some of them get developed over time.
5. The combination of these two becomes the necessary preconditions in developing common sense in a person.

IV. Passage Translation

人们熟知的比尔·盖茨起初只是个社交界的傻瓜,而后通过实力成为世界上最大的软件企业的领导者。在现实中,尽管头发总是乱糟糟的,又长着张娃娃脸,不修边幅,盖茨可是个老练的生意人,每走一步都胸有成竹。他已经成功地从当年那个趾高气扬的哈佛辍学生变成一名强硬的谈判者,继而转变为经验丰富的行业领军人物,最终成为世界首富和慈善家中的楷模。如果看看盖茨职业成功的生涯中那些富有智慧的转变,我们发现他的每一步的改变都是必要的,也可能是每位企业家的必经之路。从中我们可以看出盖茨的商业敏感度。当其他小企业家都失败的时候,盖茨成功地抓住了商机。

V. Cloze

- 1) enthusiasm 2) distinction 3) philanthropy 4) generosity 5) values
6) blurred 7) wealthy 8) inequality 9) harmonious 10) fortunes

Text C

I. Dictation

Tapescripts

There are several character traits and work ethics that are common to successful entrepreneurs. Entrepreneurs are careful about money. They always know how much money they have. They know the value and cost of things so they can recognize a real bargain. Most entrepreneurs earned money when they were teenagers — baby sitting, mowing lawns, delivering newspapers, sacking groceries, etc. Entrepreneurs are competitive by nature. Many were active in sports and other competitions in high school and college. Others were competitive in wanting to make good grades, earn the respect of their parents and teachers and achieve their goals. Entrepreneurs believe in the old adage, “the early bird gets the worm.” They sleep and eat enough to maintain their energy levels but they don’t usually linger over non-productive tasks. Entrepreneurs are risk-takers who trust their hunches and act on them. Taking risks can be small first steps, like placing your first ad in a mail-order publication. Entrepreneurs are usually honorable people who do business based on a handshake or a promise. They tend to form strong associations with others who share this work

II. Listening

1. Listen to a VOA report and fill in the missing parts in the following chart about different successful entrepreneurs in the world.

Names	Nationality	What do they do?
Richard Branson	British	◇ building his Virgin brand into a global power house
Sunil Mittal	Indian	◇ building India's largest telecom company
Ashar Hafeez.	Pakistani	◇ opened his first Tandoori restaurant in Islamabad in 1993
Suhela Kakil Raza	Iraqi	◇ began making women's clothing a year ago
Richard Maponya	South African	◇ taking risks to build a property and retail empire
Donald Trump	American	◇ successful property developer

2. Listen to the report again and determine whether the following statements are true or false. Write a T for true and an F for false.

- 1) F 2) F 3) T 4) F 5) T

Tapescripts

Entrepreneurs Share Courage, Other Common Traits by Barry Wood, Washington, 18 July 2008

Studies show that entrepreneurs share common traits that motivate them to start new businesses. As VOA's Barry Wood reports, successful entrepreneurs are often motivated by more than financial gain, and many have overcome considerable adversity.

For 35 years, British entrepreneur Richard Branson has been building his Virgin brand into a global power house. It has made him one of the world's richest men. Yet, as a child, Branson had dyslexia, a learning disability. He never attended university, but he was motivated to succeed. "In school, I would look at some of these exams and completely blank out on them. And I actually left school at 15 to go out into the world and try to make an honest living," he said. As a teenager, Branson had two failed business ventures. But he has since started dozens of successful businesses.

In India, Sunil Mittal overcame adversity of a different sort. "I grew up in a very socialistic-rooted India," he said. "We saw the evolution of the Soviet [economic] model coming into India in a very dramatic manner." Mittal says the end of central planning after 1992 allowed his Bharti Group to evolve into India's second largest corporation. "With \$35 million that I could access, we went on to build India's largest telecom company," he said. Today, Bharti Airtel has 30,000 employees.

Brent Goldfarb, a business professor at the University of Maryland, says all kinds of people strive to be entrepreneurs with different motivations, some to be on their own, others to be rich. "The fact of the matter is that most entrepreneurs do not get rich. In fact, most entrepreneurs earn less than if they were working for someone else," said Goldfarb.

That was true for Pakistani entrepreneur Ashar Hafeez. He opened his first Tandoori restaurant in Islamabad in 1993. He had a passion for business and hard