

21 / 世 / 纪 / 大 / 学 / 商 / 务 / 英 / 语 / 系 / 列

王关富 陈 洁 总主编
林添湖 总主审

Business English

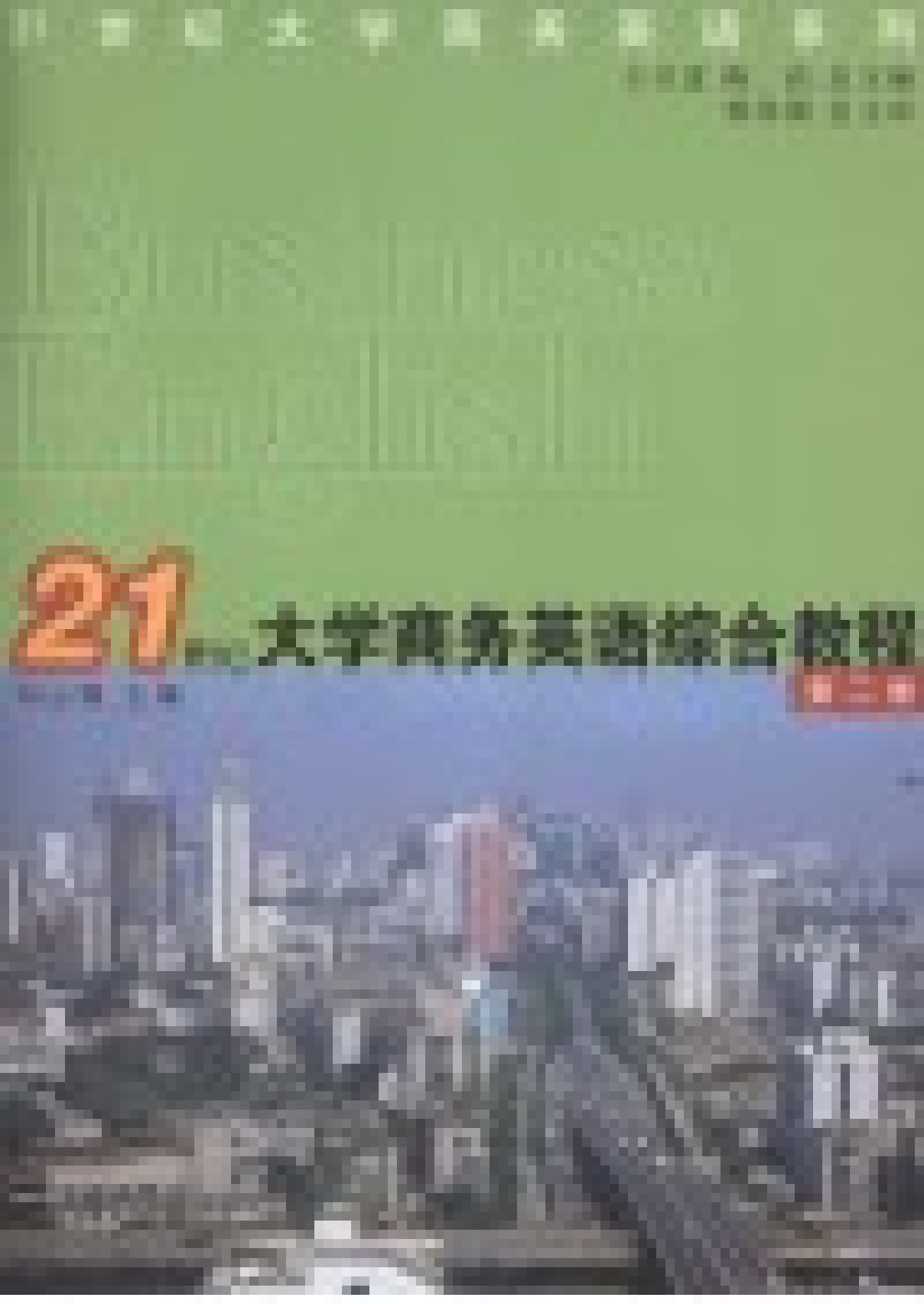
21世纪大学商务英语综合教程

第二册

刘云腾 主编



武汉大学出版社



新编 21 世纪大学英语综合教程
第二册

21

大学商务英语综合教程

第二册

21 / 世 / 纪 / 大 / 学 / 商 / 务 / 英 / 语 / 系 / 列

王关富 陈 洁 总主编
林添湖 总主审

Business English

21 世纪 大学商务英语综合教程

刘云腾 主编

第二册



图书在版编目(CIP)数据

21 世纪大学商务英语综合教程. 第二册/王关富、陈洁总主编.
—上海: 复旦大学出版社, 2009. 8
(21 世纪大学商务英语系列)
ISBN 978-7-309-06543-5

I. 2… II. ①王…②陈… III. 商务-英语-高等学校-教材 IV. H31

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 073138 号

21 世纪大学商务英语综合教程(第二册)

刘云腾 主编

出版发行 复旦大学出版社 上海市国权路 579 号 邮编 200433
86-21-65642857(门市零售)
86-21-65100562(团体订购) 86-21-65109143(外埠邮购)
fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

责任编辑 唐 敏

出品人 贺圣遂

印 刷 上海崇明南海印刷厂

开 本 787×960 1/16

印 张 14.75

字 数 289 千

版 次 2009 年 8 月第一版第一次印刷

印 数 1—5 100

书 号 ISBN 978-7-309-06543-5/H·1313

定 价 30.00 元

如有印装质量问题, 请向复旦大学出版社发行部调换。

版权所有 侵权必究

序 言

商务英语教学和研究发轫于20世纪50年代初,其发展始终与国家的经济社会发展,特别与改革开放的进程紧密相关。商务英语教学和研究人员始终关注经济社会发展的实际需求,不断提升商务英语教学和研究水平,多年来为我国融入经济全球化,为经济发展和改革开放事业培养了一大批既熟练掌握英语语言技能又通晓商务知识,能在国际商务舞台上开展跨语言、跨文化和跨学科交际活动的复合型英语人才。

商务英语学科在其发展过程中,有三个重大事件是具有里程碑意义的:1994年搭建了全国性的商务英语研讨平台;1998年中国高校国际商务英语研究会成立;2007年国家教育部批准在高校增设商务英语本科专业。近年来,商务英语教学和研究的规模迅速扩大,培养规格、教学内容和教学方法日益规范,学科建设水平逐步提升。据有关单位统计,到目前为止,全国已有近700所高等院校开设了商务英语方向的英语专业或商务英语课程。2006年以来,其中的7所高等院校已先后获得教育部批准试办商务英语本科专业。根据相关部门和机构的规划,今后5年获准开设商务英语本科专业的院校将增至50所左右。

为了更好地规范商务英语教学,有关专家和部门正加紧工作,《高等学校商务英语专业本科教学要求》呼之欲出。为了满足有关高等院校对商务英语综合性基础教材的急切需求,复旦大学出版社精心策划,适时组织编写了《21世纪大学商务英语综合教程》。

担任《21世纪大学商务英语综合教程》总主编的王关富教授、陈洁教授和总主审的林添湖教授以及彭青龙教授,长期关注商务英语学科建设,是我国商务英语教学和研究领域的核心专家。教材编写人员都是在对外经济贸易大学和上海对外贸易学院长期从事商务英语教学教师。这些具备英语语言技能、国际商务知识和商务英语教学经验的复合型教师强强联合,为大家奉献了一套特色鲜明、质量可靠的商务英语综合性基础教材。

《21世纪大学商务英语综合教程》具有以下特点:(1)它是以教育部《大学英语课程教学要求》和即将颁布的《高等学校商务英语专业本科教学要求》为

理论指导和编写依据的;(2)在编写过程中充分考虑到了从高中到大学的英语教学的连贯性和递进性;(3)整套教材遵循了“任务型教学”与“自主型学习”的教学理念与原则,重视外语教学的“输出”功能,重在培养学生的实际语言运用能力和在国际商务领域中的跨语言、跨文化、跨学科的交际能力;(4)教材的各个环节体现了英语语言技能训练与国际商务专业知识学习的交叉与融合,并以英语语言技能训练为主、辅之以国际商务专业的基本知识与技能;(5)教材充分体现了商务英语专业的学科交叉性、专业知识和技能的实用性以及教材在教学实践中的可操作性。

我深信,本套教材是商务英语教师的最佳选择之一,一定能提高我国商务英语的教学质量和效率。是为序。

中国高校国际商务英语研究会 副会长
教育部高等学院外语专业教学指导委员会 委员
上海对外贸易学院 副院长 叶兴国
2009年5月于上海

使用说明

中国的经济改革和对外开放,以及全球性的经济一体化,使我国经济和社会迅速全面融入世界体系之中,使商务英语在我国得到迅猛发展,尤其是在2007年3月商务英语作为独立本科专业获得教育部正式批准后,其发展更是如日中天、势不可当。因此,我们完全可以预见商务英语在我国的发展必将驶入更快车道、迈向更高层次。

但商务英语能否快速健康地发展,在很大程度上取决于几个关键因素,而教材建设就是其中之一,这是商务英语专业建设的重要一环,是商务英语复合型人才培养的基本保证。鉴于此,我们汇集了国内商务英语界的强势人才编写了这套《21世纪大学商务英语综合教程》。

目前,国内高校商务英语专业或方向基础阶段的英语教学基本上还是采用传统的教材,即以纯语言文学的内容作为载体。但商务英语作为独立的本科专业后,基础阶段的英语教学究竟应该如何进行呢?我们认为商务英语专业应有别于作为专业方向的商务英语,更应有别于传统的英语专业,基础阶段就应让学生逐渐接触到商务英语的词汇、表达法和相关的专业信息。而要很好地实现这一目标,编写基础商务英语专业的教材势在必行。不过,基础商务英语教材的编写必须做到在展现其特色的同时,一定要保持传统英语专业中英语语言学习的要求和目标,确保商务英语专业的学生掌握好英语语言的基本功。为此,我们在编写这套教材的过程中特别重视以下几点:

- ☆ 以教育部颁发的《大学英语课程教学要求》为指导,力求使《21世纪大学商务英语综合教程》符合其教学要求,同时又体现商务英语专业本身的特点,为商务英语复合型人才的培养奠定基础。
- ☆ 与高中阶段的英语学习具有连贯性和递进性。编者认真研读了高中阶段的英语教材,并认真把握其内容和思路,使本套教材与高中英语教材有一个比较合理的衔接,以有利于新生更快适应大学的商务英语学习。
- ☆ 交际法和功能法有机结合。对商务英语专业的学生来说,最重要的是语言运用技能和沟通能力的培养。因此,交际法在商务英语的教学中至关重要。功能法也十分重要,它是实现上述目的的手段,即通过系统

的语言功能的学习使学生具有更强的语言运用能力,达到更好的交际沟通目的。

- ☆ 语言技能与专业知识学习相结合,以语言技能为主、专业知识为辅。课文材料涉及商务背景与知识,但难度要有控制,有个循序渐进过程。选材力求精练、典型、可读性强。结合课程内容尽量多地为学生提供交流和练习的机会,在虚拟的商务环境中强化学生的语言技能,提高文化素质和跨文化意识。
- ☆ 在编写过程中,编者充分考虑到了以下两个变化:新入校学生的英语水平在不断提高;商务日新月异的变化。因此此教材的编写充分体现了这两者的变化,使教材的质量有了可靠保证,并力争使商务英语在成为独立本科专业后编写的第一套基础商务英语教材得到商务英语界专家、师生和社会的认可,在国内起到示范作用,具有权威性和推广价值。

《21 世纪大学商务英语综合教程》共四册,这是其中的第二册,使用对象为商务英语专业或方向的本科生,使用时间为第一学年第二学期。我们希望通过本教材的学习,有效训练学生听、说、读、写、译等英语语言技能,为下一步更深入地学习商务英语打下坚实的基础。

本册共分企业文化、消费者行为、商务谈判、商务沟通等 10 单元,每个单元为一个专题,从不同的视角循序渐进,点面结合。每一单元包括以下四部分内容: *Part One Lead-in Activities*, *Part Two Knowledge-based Learning*, *Part Three Task-based Learning*, *Part Four General Learning*。这四部分内容是我们全体编写人员共同谋划、精心设计的,目的是让学生比较娴熟地掌握商务英语语言的各项技能,初步接触和了解商务中的方方面面,更重要的是让他们在虚拟的商务环境中逐步培养交流与沟通的能力。

- ☆ *Lead-in Activities* (导入部分)是本书的亮点,选取了与主题紧密相关的商务领域真实的视频材料,为后面的正文内容作铺垫,其目的有三:1) 激发学生对各单元主题的兴趣;2) 训练学生的听说能力;3) 潜移默化地增强学生对商务环境和知识的了解。这部分的教学形式较为活泼,可以采取课堂提问、小组讨论等形式不断地重视视频内容,加深学生对该视频的理解。导入部分一般需要 15 分钟左右。

- ☆ *Knowledge-based Learning* (知识学习部分)和 *Task-based Learning* (任务操练部分)则是本书的重点,为教材的正文部分。*Knowledge-based Learning* 为每个单元的主体,主要是通过课文形式 (Text A) 讲解该单元的商务主题。内容包括:课文、生词、重要短语、专业术语、课文注释、语法聚焦、练习和名言小贴士等。重要短语是商务英语中的常用短语

和表达,专业术语则主要是涉及商务的重要概念;课文注释是对主课文中的一些长句和难句进行必要的解析并提供译文,以利于学生的准确理解;语法聚焦是根据主课文的语言特点就其典型的语法现象进行讲解,后面配有相应的练习,使学生能进一步巩固所学的语法知识,并能在实际的交际中熟练运用;练习形式有:术语与定义配对、短语填空、句子回填、语法训练和翻译等;名言和小贴士旨在提供与课文主题有关的一些思想火花。本部分需要学生进行重点学习,不但要通过课文学习有关该主题的新知识,而且需要运用从导入部分已获得的信息进行知识点的阐释和问题回答。本部分对知识的讲解以深、透为主,不仅在教师参考书上提供了大量的相关信息,而且在课文后补充了较多的专业词汇,以拓展学生的视野,加深其对该主题的理解。对主课文、背景知识、专业词汇的解释等大约需要 2 至 3 个学时。同时知识学习部分还配有形式丰富的练习,不仅检验学生在该单元所学习的专业术语,同时拓展他们对一般词汇的学习和应用能力。这一部分的练习大约需要 1 个学时。

☆ *Task-based Learning* (任务操练部分) 由一篇短小精悍 (通常为 500 字左右) 并与主题相关的商务案例开始。内容有课文和练习,练习以问题讨论、小组交流和活动为主,主要目的是提高学生口头表达、语言运用和人际沟通能力。本部分并不只注重对知识的灌输,而是专注于对商务概念的运用。对于该案例的学习既可以主旨为学习为主,也可以主旨和语言习兼顾 (既让学生了解案例的意思,同时又学习相关的语言点)。本部分的案例一般都会涉及 Text A 中所学习的概念和知识,同时也会出现新的概念供学生学习。编者还设计了多种与案例相关的练习,让学生进行操练,使其在实际操作中加深对概念的理解。本部分旨在帮助学生巩固和运用相关的商务知识。对本部分的学习大约需要 2 个学时。

☆ 最后一个部分,即 *General Learning* (拓展学习部分) 的目的是帮助学生巩固和提高四、六级的阅读理解技能,因此所选的课文主题较为广泛,但大多与商务相关,并设有相关的阅读理解和词汇练习。本部分可以作为学生的课后练习,因此课上讲解并不需要花太多时间,一般 10 至 15 分钟左右。

为方便教师的教学、提高教学效果与质量,我们还推出了本教材的配套材料,包括视频、多媒体课件和教师参考书。在教师用书每单元的最后,编者都设计了较多的补充操作练习,教师在结束单元内容之前,可选一、两个练习布

置给学生独立完成,从而整体检验学生对该单元商务知识的学习情况。这一过程大约需要 15 分钟左右。

综上所述,本套教材每个单元的学习大约需要 6 到 8 个课时,教师可根据本校英语的课时量随机进行调整。

商务英语的教学要抓住两点一线,两点就是商务知识和商务英语技能,一线则是教学全过程体现商务知识与英语技能的并进。在教学中,教师要充分运用现代教学理念,以教师为主导,以学生为主体,大力提倡合作式和发现式学习方法,充分利用启发式和讨论式的教学形式,调动学生的学习积极性和主动性,在课堂上创造一种虚拟的商务环境和浓厚的语言交流氛围,使学生能初步熟悉和了解相关商务知识和背景,培养学生语言应用能力和人际沟通能力,并进而引导学生理论联系实际,培养其分析问题和解决问题的能力。

本册教材由刘云腾担任主编,参与编写的作者为沈璟、鲁瑶。参与该书编写的教师长期来从事商务英语的教学与研究,对商务英语都有很高的造诣,其中有中央电视台商务英语节目的主持人、国内商务英语知名专家学者、商务英语教学名师等。

本教材在编写过程中,中国国际商务英语研究会会长、对外经济贸易大学校长陈准民教授非常关心和支持并给予了具体的指导,同时也得到了国内商务英语界众多专家和学者的关注和认可,更得到许多院校师生的期待和厚爱。对此我们深表感谢。我们还要感谢复旦大学出版社的大力支持,尤其是倪琴芬和唐敏对此套教材自始至终的参与、指导和协调。没有他们的付出与贡献,此套教材的出版难以想象。当然,由于各种原因,教材中难免会有疏漏和不足,我们热忱欢迎商务英语界专家和同仁,尤其是使用此教材的师生,提出批评意见和建议,以便今后改进。

编 者

2009 年 6 月 20 日

《21 世纪大学商务英语综合教程》编委会

总顾问 陈建平(广东外语外贸大学)
叶兴国(上海对外贸易学院)
彭 龙(北京外国语大学)

总主编 王关富(对外经济贸易大学)
陈 洁(上海对外贸易学院)

总主审 林添湖(厦门大学)

本册主编 刘云腾

本册编写人员 刘云腾 沈 璟 鲁 瑶

编 委(按姓氏笔划)

王成云(河北经贸大学外国语学院院长)
田海龙(天津商业大学外国语学院院长)
吕世生(南开大学)
刘法公(浙江工商大学)
肖云南(湖南大学)
吴尚义(北京物资学院外语系主任)
余 敏(广州大学外国语学院商务英语系主任)
林大津(福建师范大学外国语学院院长)
赵孝盛(上海财经大学)
宫桓刚(东北财经大学)
顾维勇(南京晓庄学院外国语学院院长)
翁凤翔(上海海事大学)
黄赞琳(重庆大学外国语学院副院长)
谢 群(中南财经政法大学外国语学院院长)

Contents

Unit 1 Corporate Culture	1
Part One Lead-in Activities	2
Part Two Knowledge-based Learning	3
Text A Corporate Culture	3
Part Three Task-based Learning	15
Text B Seven Reasons Organizational Culture Matters	15
Part Four General Learning	19
Text C Corporate Culture	19
Today's Quotes	21
Today's Tips	22
Unit 2 Consumer Behavior	23
Part One Lead-in Activities	24
Part Two Knowledge-based Learning	25
Text A Consumer Buying Behavior	25
Part Three Task-based Learning	37
Text B Men Buy, Women Shop	37
Part Four General Learning	42
Text C A Rendezvous	42
Today's Quotes	45
Today's Tips	45
Unit 3 Effective Business Negotiation	46
Part One Lead-in Activities	47
Part Two Knowledge-based Learning	48
Text A Key Approaches to Negotiation	48
Part Three Task-based Learning	57
Text B The Negotiation Problem	57

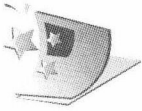
Part Four	General Learning	61
	Text C My Father's Instructions	61
	Today's Quotes	64
	Today's Tips	64
Unit 4	Employee Motivation	65
Part One	Lead-in Activities	66
Part Two	Knowledge-based Learning	67
	Text A Starving for Recognition	67
Part Three	Task-based Learning	77
	Text B Understanding Employee Motivation	77
Part Four	General Learning	81
	Text C Keep Your Eyes on a Goal to Stay Motivated	81
	Today's Quotes	84
	Today's Tips	85
Unit 5	Effective Business Communication	86
Part One	Lead-in Activities	87
Part Two	Knowledge-based Learning	88
	Text A Effective Business Communication	88
Part Three	Task-based Learning	99
	Text B A Case Study on Communication	99
Part Four	General Learning	102
	Text C The Success of Horners	102
	Today's Quotes	104
	Today's Tips	105
Unit 6	Sales Promotion	106
Part One	Lead-in Activities	107
Part Two	Knowledge-based Learning	108
	Text A Sales Promotion Tools	108
Part Three	Task-based Learning	120
	Text B Kellogg's: Using Promotion to Boost Sales and Brand Value	120
Part Four	General Learning	124

Text C Global Brands	124
Today's Quotes	128
Today's Tips	128
Unit 7 Public Relations	129
Part One Lead-in Activities	130
Part Two Knowledge-based Learning	131
Text A Public Relations: Training, Career and Jobs	131
Part Three Task-based Learning	142
Text B Public Relations	142
Part Four General Learning	146
Text C Public Relations Across Cultures	146
Today's Quotes	149
Today's Tips	150
Unit 8 Building an Effective Team	151
Part One Lead-in Activities	152
Part Two Knowledge-based Learning	153
Text A How to Build a Successful Team?	153
Part Three Task-based Learning	169
Text B Team-based Incentives — Are They Effective?	169
Part Four General Learning	174
Text C Learning to Live, Love and Work in a Cubicle	174
Today's Quotes	176
Today's Tips	177
Unit 9 Business Ethics	178
Part One Lead-in Activities	179
Part Two Knowledge-based Learning	180
Text A Code of Business Ethics	180
Part Three Task-based Learning	191
Text B Thompson Security Systems	191
Part Four General Learning	195

Text C Early Settlement	195
Today's Quotes	198
Today's Tips	198
Unit 10 Marketing	199
Part One Lead-in Activities	200
Part Two Knowledge-based Learning	201
Text A What Is Marketing?	201
Part Three Task-based Learning	212
Text B A Case in Marketing: Green Acres Promotion	212
Part Four General Learning	217
Text C Joseph Pulitzer	217
Today's Quotes	220
Today's Tips	220

Unit 1

Corporate Culture



Learning Objectives

1. Knowledge-based learning objectives

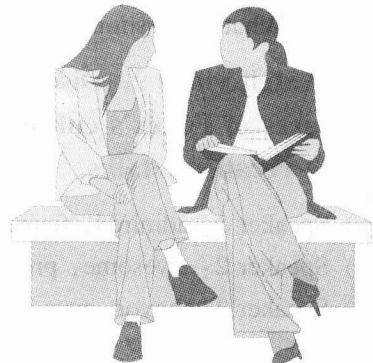
In this unit, you will learn:

- ◆ the concept of corporate culture
- ◆ the different types of corporate culture
- ◆ the elements of corporate culture

2. Task-based learning objectives

After learning this unit, you will be able to:

- ◆ discuss the major concepts of corporate culture
- ◆ discuss the reasons why a company needs a strong culture
- ◆ analyze the changes of culture in a company





Part One Lead-in Activities

1. Before watching the video, think of the following questions, and give a brief answer to each of them.

- 1) Have you heard of “corporate culture”? If so, could you tell your understanding about this term?
- 2) Is the culture of an organization important to its members? Why?
- 3) Can you describe a corporate culture in which you will feel comfortable to work?

2. Watch video 1, and complete the following tasks.

1) Read the following statements while watching the video and put T or F in the brackets.

- () a. No one would fire an employee like Howard mainly because of his age.
- () b. Howard didn't want to help Greg because he hated him.
- () c. Greg finally decided to ask Howard to quit his job because he could do nothing for the company.
- () d. Howard was very happy when he was told to retire.
- () e. Greg succeeded in persuading Howard to retire and enjoy his life.

2) Please watch this video again and discuss the following questions in groups.

- a. Can you describe the personalities of Howard and Greg?
- b. Can you describe Greg's company in terms of its organizational culture?
- c. What suggestions would you give to Greg?

3. Watch video 2. Discuss with your deskmate and figure out the features of Fedex's culture. Listed below are some key words for you to recall the talks.

- 1) Speaker 1: admired, fierce, throughout, at large, amazing
- 2) Speaker 2: awesome, professional, hybrid, personality
- 3) Speaker 3: mayor, personal, go green, hydraulic, treat