



普通高等教育“十一五”国家级规划教材  
(高职高专教育)

# CENTURY BUSINESS ENGLISH

## 世纪商务英语

### 听说教程 IV

(第四版)

新世纪高职高专教材编委会组编  
总主编 姜荷梅 主编 金阳 刘建武



大连理工大学出版社



视频+音频



普通高等

国家级规划教材

(高职高专教育)

# CENTURY BUSINESS ENGLISH

## 世纪商务英语

### 听说教程 IV

(第四版)

新世纪高职高专教材编委会组编

总主编 姜荷梅 主编 金阳 刘建武

副主编 赵晓兰 黄冬梅



大连理工大学出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

世纪商务英语——听说教程 IV/ 金阳, 刘建武主编.—4 版.—大连:  
大连理工大学出版社, 2009.12(2011.12 重印)

普通高等教育“十一五”国家级规划教材

ISBN 978-7-5611-3506-8

I. 世… II. ①金… ②刘… III. 商务—英语—听说教学—高等学校: 技术学校—教材 IV. H319.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 028227 号

大连理工大学出版社出版

地址: 大连市软件园路 80 号 邮政编码: 116023

发行: 0411-84708842 邮购: 0411-84703636 传真: 0411-84701466

E-mail: dutp@dutp.cn URL: <http://www.dutp.cn>

大连金华光彩色印刷有限公司印刷 大连理工大学出版社发行

---

幅面尺寸: 185mm×260mm 印张: 7.75 字数: 178 千字

印数: 47001~52000

2004 年 9 月第 1 版

2009 年 12 月第 4 版

2011 年 12 月第 12 次印刷

---

责任编辑: 张剑宇

责任校对: 孙文晶

封面设计: 张莹

---

ISBN 978-7-5611-3506-8

定价: 24.00 元

# 总序

《世纪商务英语》是新世纪高职高专教材编委会富有积极的进取精神的一次大胆尝试。

由大连理工大学出版社组织推动的新世纪高职高专教材编委会,是一个由全国100余所志同道合的优秀高职高专院校组成的高职高专教材建设者联盟。编委会走过的历程,见证了我们的与众不同;编委会是迄今为止第一个完全按照市场原则来长期进行高职高专教材建设运作的大型组织。从编委会诞生的第一天起,我们就选择了以高职高专教材的特色建设为己任。这不仅是由于我们拥有对高职高专教育未来发展的更为贴近实际的认识,也由于我们拥有一整套完全属于自己的切实可行的关于教材建设的创新理念、创新组织形式与创新运作方式,更由于我们一直以来对高职高专教材品牌、特色与创新的始终如一的执著追求和坚忍不拔的长期努力。

在编委会的所有经历中,关于教材建设理念的独到解释非常值得一提。这一理念可简述如下:所谓教材建设,就是建立在教学实践基础上的教材的不断深化、不断完善的过程。在编委会的整个教材建设过程中,这一理念不仅已成为我们的核心指导原则,而且它的深受高职高专教学单位欢迎的结果,也鼓舞了我们实现任何高职高专教材特色建设的勇气。

然而,高职高专英语教材特色建设的情形则有所不同。就其实用性而言,高职高专与非高职高专的英语教育并无本质区别,加之我国高职高专教育发展的历史尚短,高职高专英语优秀人才的累积也略显不足,因而,许多早期高职高专英语教材的编写,宁可倚重非高职高专院校的英语教师参与,有其积极的意义。但是,按照我们教材建设的上述理念,如果不能以高职高专一线教师为主体来实施高职高专英语教材建设的具体运作,就根本无法实现完全适合高职高专教学需要的英语教材建设预期。

这的确是一个两难选择。事实上,编委会要建设自己品牌的高职高专英语教材的想法由来已久。但我们也深知完全依靠一直很少涉足英语教材建设的高职高专一线教师来完成这一重任的艰难程度。因此,我们并没有从一开始就贸然地启动这个项目,而是选择在较好地实现了足够数量的非英语类高职高专教材特色建设的经验累积,若干专业英语类相关教材建设的成功尝试,以及对公共英语相关项目的具有积极意义的探索和准备之后,才开始尝试涉足这个领域的。

尽管我们在推进高职高专英语教材建设的过程中遇到了诸多困难,但终能如愿以偿,在很大程度上也有赖于我们的一些具有重要指导意义的体悟。编委会有一句名言:我们相信用心与努力胜过相信经验与资历。编委会有一个信条:在目标一致基础上达成的共识优于任何情况下的一己之见。这些在非英语类高职高专教材建设中屡试不爽的成功做法,在高职高专英语教材建设的过程中也得到了同样的印证。

我们欣喜地看到:由于我们付出的辛勤努力,我们的关于教材建设的上述理念,也

正在英语教材建设中显现其非凡魅力。在我们高职高专一线教师所立足的英语教学实践这个基础之上,由我们自己培育出来的一株幼苗正在茁壮成长。我们现在或许还不能做到足够完美,但是,我们始终坚信:我们会比任何人都更加清楚地知道自己需要什么,只要我们坚定不移地朝着既定目标不懈努力,就一定会越做越好。

我们已经跨越了起跑线。我们绝不会放松前进的脚步。我们正在推出的包括《综合教程》、《听说教程》、《口语教程》、《阅读教程》、《函电与单证》、《写作训练》、《翻译教程》及《语音教程》等在内的高职高专商务英语系列教材——《世纪商务英语》必将伴随着赞誉的鼓励与批评的鞭策,日臻完善,走向成熟。

耕耘过后,我们期待着在一个有足够创新精神的编委会的土壤里成长出更多更优秀的高职高专商务英语教育人才,期待着收获一个更好更切合高职高专商务英语教学实际的教材品牌。

新世纪高职高专教材编委会

2004年6月

全球化首先表现为经济全球化,而全球化面临的一个重大障碍就是语言交流的障碍。全球化大环境下的中国又处于经济全面对外开放的形势下,这就更加激起了外语学习的热潮。如果说在我国改革开放初期国家主要需要的是专门学习外语的人才,那么在经济全球化的今日,需要与外国人打交道的就远远不止是专门的外语人才,而是各行各业各个层次的有关人员。如果说传统的涉外活动多涉及外交和少数对外贸易的垄断部门,今天则是全民从事涉外活动,而最先开展的全面涉外活动就是与外国人做生意。这不仅涉及传统的进出口的大公司,连农民个体生产者要出口自己的产品也要搞涉外贸易。就连旅游点的当地老乡也会拿着自家的小产品向外国游客兜售。所以满足涉外贸易需要的“商务英语”(Business English)就成为全民搞涉外活动的第一语言需要。

这种“商务英语”与传统的“商务英语”既有其性,又有差别。相同之处是属于专门用途英语(English for Specific Purposes),是共核英语基础的延伸。不同之处在于今天的商务英语的使用者是各行各业的全民,其中既包含传统的商务英语的使用者,更涵盖对英语一知半解却又需要使用英语进行各自的“商务”活动的人们。后者已经是或即将成为这一群体的主体。

这一更为广泛的商务英语的使用群体需要学习什么样的英语呢?传统的先打好英语语言基础再学习与商务活动相关的专业英语的思路显然是与此要求南辕北辙的。十几年来我有机会受教育部的委托从事高职高专英语教学的研究和指导工作,与高职高专教育英语课程教学指导委员会一道探索出了“实用英语”这一高职高专英语教学的大方向,受到了教育部和全社会的肯定和欢迎。据此我认为,我们今天提供给读者的“商务英语”应该体现如下理念:

1. 职业教育的重要组成部分:“商务英语”是我国职业教育的重要组成部分,其教学目标首先是培养实际使用英语去从事涉外商务活动的能力,也即能够处理商务业务的“实用英语”。

2. 符合各个层次的实际需要:这一需要不是学会一门外语的需要,而是学会使用英语去从事实际涉外交际的需要。换句话说,学习目的不是为了今天或以后学会一门外语,而是为了实际涉外交际的迫切需要。

3. 学一点、会一点、用一点:不把外语作为一门语言来学,更不作为一门学问来学,而要作为一门技艺来学。不强调打下坚实的语言基础,而突出实际技能的培养。

4. 口头交际和书面交际:海外交际首先要突出听说交际,文字书面交际只是口头交际的支持和凭证。或者说,初级交际更要突出口头交际,高级交际才涉及书面交际的强有力的支持。因此教学安排要先听说后阅读,以改变我国外语教学以教授阅读为主的思路。

5. 教学内容要有针对性:首先要以市场需求和就业为导向,这也就是我上面所说的



“实用英语”。不过“实用”本身还是一个宽泛的概念,“实用”还要有针对性。既要针对市场需求,又要针对培养人才的类型和所要达到的培养目标。同样培养酒店涉外服务人才,经理和服务员的培养要求是不同的,因此其学习内容的针对性既会有共同的实用性,更会涉及不同岗位的差异性。但在强调针对性差异的同时,还必须寻求针对性中的共性才能避免英语教学走上个体教学的极端。

因此,编写商务英语教材首先要对其使用对象进行定位,找出其需求的共性和差异,而后再针对共性照顾差异地去编写相应的教材。《世纪商务英语》的使用对象首先是高职高专商务英语专业的学生,其次是使用英语从事涉外商务活动的广大商务工作者。他们具有以下共性:

1. 他们都在中学学过一定程度的英语,打下了初步的英语基础。

2. 他们学习英语的主要目的是使用英语去从事各自的业务活动;所涉及的涉外活动首先是口头涉外活动,其次是业务中需要处理的商务文献,如商务广告和业务单据等。

3. 他们需要学英语,但英语又不是他们的主要目的。因此他们没有足够的时间去打扎实的语言基础。他们学习英语的主要目的是为了利用英语从事商务交际,收到学习英语的“即期效果”。

基于以上考虑,《世纪商务英语》的编者遵循了如下编写原则和思路:

1. 分层次有针对性体现“实用”:《世纪商务英语》分为通用涉外交际、通用商务交际和外贸实务交际3个层次,其中通用涉外交际又包含日常涉外交际。也就是说,《世纪商务英语》涵盖涉外商务活动的各个层面,既涉及基础英语,又涉及商务业务英语,力求将二者紧密结合融为一体。既从基础学起,又渗透实用场景下的语言交际。与此同时,《世纪商务英语》还为特定的涉外英语交际技能的培养编写了诸如商务口语、商务阅读、商务翻译、商务写作、函电与单证等教程。

2. 重视听说、加强表达、突出实用阅读:教材编排以听说训练为主导,引导学生获取表达技能,实现课堂教学的“学一点、用一点”的原则。阅读则突出实用性文献资料,寓文化教育于实用教学之中。

3. “精讲多练”、“讲为练”、“练为用”:教材不只是“教”,更要注重“学”,不是“教懂/学懂”,而是要“教会/学会”。

4. 选材注重涉外语言交际的典型性、实用性、思想性、时代感、趣味性、可模拟性和可操作性。这样教材才能保证“教起来生动,学起来有趣,便于模仿,学了能用”。

《世纪商务英语》是在体现“实用英语”这一职业英语教育大方向的改革实践中迈出的新的可喜的一步。尽管会有这样那样的不足,但其认真探索职业英语教育的努力是值得充分肯定的。我相信,《世纪商务英语》一定会受到大家的爱护和欢迎。

孔庆炎

2007年1月

# 前言

《世纪商务英语——听说教程(I~IV)》(第四版)是普通高等教育“十一五”国家级规划教材,也是新世纪高职高专教材编委会组编的商务英语类课程规划教材之一。

这是一套完全由高职英语教学一线教师编写的高职商务英语听说教材。旨在通过由浅入深、循序渐进的听说训练使学生能把所学的知识运用于日常交际活动和一般商务活动中。

编者在充分吸收了广大用户的反馈意见的前提下对第三版教材作了修改和完善,使内容更加精炼、实用,梯度更合理,以期达到更好的教学效果。本套教程根据商务英语教学的特点,将语言能力培养、文化背景知识和商务知识融于一体。选材注意新颖性、信息性、知识性、趣味性和实用性;听力技能与商务内容并重。

根据听说教学的特点和教学对象的实际英语水平,本版教材遵循下列原则修订:

1. 本版教材仍然着重听力的基础技能训练,把功能意念与日常社交和商务场景结合起来,难度逐渐提高,信息量逐渐加大。

2. 听力材料覆盖基本功能意念所涉及的内容,以及听力微技能训练的要求。

3. 在培养学生听懂基本语言单位(如语音、数字、句型等)的基础上,逐步加强学生在语篇水平上的听力理解能力,提高学生的分析、归纳、综合和推断能力。

4. 练习的题型丰富多样,其中包括大学英语四六级考试、BEC 考试、托业考试和全国国际商务英语认证考试的题型,力求让学生得到多种形式的听力理解训练。

5. 除保留和调整使用效果较好的内容外,在降低语言难度和缩短篇幅的前提下重新选材,并增加反映最新信息的内容。

本版教材具有如下特点:

1. 实用:以具体的社交活动与商务场景为主线,突出语言交际功能,使学生既学到实用的语言技能,又掌握在商务环境中常用的句型和表达用语,达到学以致用目的。

2. 系统:通过各项听力微技能和综合技能的训练,培养学生在听懂基本语言信息的基础上,逐步提高对语篇的理解能力,进而发展对所听内容的分析、推理和归纳能力。

3. 丰富:内容丰富,题材各异,主题贴近生活和常见商务场景,视角触及面广。

4. 贴切:文化贴士,教语言不忘讲文化,与时俱进,旁征博引,点睛之笔,精彩纷呈。

5. 新颖:练习形式活泼多样、语料时尚、新鲜有趣、图文并茂、富有现代气息,避免了传统的一成不变、单一乏味的缺憾。

本套教材共分四册,第一、二册侧重语言基础训练;第三、四册侧重商务知识传授。第一、二册各有 14 个单元,内含期中和期末两套测试题;第三、四册各有 12 个单元,内含期中和期末两套测试题。

《世纪商务英语——听说教程 IV》(第四版)修改幅度较大,取消了原教材中第 1、第 11 和第 12 单元,将第三册的 Market Research, Products 和 Success Stories 归入本册,使本册修订的指导思想在原来几个与商务管理有关单元的基础上,更符合实际需求,突出市场营销管理的 4 个 P,即 Products, Place, Price 和 Promotion。每单元仍按



照两个教学课时设计,各校使用时可根据具体情况灵活掌握。本册的主线为从企业的角度出发,在推广产品前先做市场调研,然后确定产品,其次确定将产品放在何处销售,本册涉及零售、连锁加盟和电子商务等现代化的销售模式。为了更好地销售,企业要采取一定的促销手段,本册安排了公共关系、广告和博览会三个单元展开。还对当前经济的热点服务营销、物流和企业文化等基础知识进行了介绍。

修订后的第四册基本保持原有的框架和结构,每单元包括四大模块:积极听力(Active Listening)、轻松一刻(Fun Break)、补充听力(Additional Listening)和视听说(Viewing and Speaking)。每个单元第一部分的 Active Listening 包括三篇商务题材的对话或短文,每篇配有两个练习,其目的是对学生进行听力技能训练并测试学生听懂有关商务内容的程度;第二部分轻松一刻(Fun Break)有幽默故事、商务笑话、英文歌曲等,让学生可以在紧张的听力状态中放松一下,更好地完成后面的听说任务;第三部分 Additional Listening 可供教师根据教材的实际完成情况加以取舍,内容为一篇对话或短文,两个练习;第四部分的 Viewing and Speaking 增加了视频部分,以说为主,将视、听和说三部分有机地结合,实用性和趣味性更强。口语练习的形式多样,便于操作,能让师生有效地进行互动。在 Unit 6 和 Unit 12 后各有一个 Test,测试内容既反映了学生所学过的相关主题,又兼顾了听力技能训练,且融入了英语水平考试等的形式,以及及时评估学生掌握知识的情况。

本套教材既适合高职高专商务英语专业的学生,也适用于对商务英语感兴趣的人士。

《世纪商务英语——听说教程(I~IV)》(第四版)由上海商学院姜荷梅担任总主编,并负责统稿和审阅。

《世纪商务英语——听说教程IV》(第四版)由上海财经大学金阳、无锡职业技术学院刘建武任主编,东北财经大学赵晓兰、黄冬梅任副主编。

本系列教程在编写过程中参考了大量的国内外有关资料,得到了学界前辈、同行及外籍教师的热心帮助和指导,在此一并表示感谢。

为方便教师更好地开展立体化教学,本教材另配有教师用书(纸质和电子版两种,免费赠送)、课件、题库。教师用书可与大连理工大学出版社联系索取,其他配套资料请登录 <http://www.dutpgz.cn> 下载。

教材中如存在纰漏之处,敬请各相关院校和读者在使用本教材的过程中给予指正,并将改进意见及时反馈给我们,以便在下次修订时完善。

所有意见和建议请发往:gzjckfb@163.com

欢迎访问我们的网站:<http://www.dutpgz.cn>

联系电话:0411-84707604 84706231

编者

2009年12月

# Contents

| Unit                             | Topic            | Learning Objectives                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------------------------------|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Unit 1<br>Page1<br> <br>Page10   | Market Research  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. To be familiar with important points about establishing business relations.</li> <li>2. To learn to build business contact with potential partners.</li> </ol>                                                                                                               |
| Unit 2<br>Page11<br> <br>Page18  | Products         | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. To understand the main ideas and select specific information while listening.</li> <li>2. To be familiar with related knowledge of products.</li> <li>3. To be able to talk about products.</li> </ol>                                                                       |
| Unit 3<br>Page19<br> <br>Page26  | Retailing        | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. To acquire the basic knowledge of retailing business.</li> <li>2. To know about the current formats of retailing.</li> <li>3. To learn the secrets of the success of retailing business.</li> </ol>                                                                          |
| Unit 4<br>Page27<br> <br>Page34  | Franchising      | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. To know about franchising and the general process of the business.</li> <li>2. To understand the current development of franchising in China and the rest of the world.</li> </ol>                                                                                           |
| Unit 5<br>Page35<br> <br>Page42  | E-Commerce       | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. To learn how to start an online business.</li> <li>2. To get to know e-commerce management.</li> <li>3. To learn to avoid the problems when shopping online.</li> </ol>                                                                                                      |
| Unit 6<br>Page43<br> <br>Page50  | Public Relations | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. To get to know the goal of public relations.</li> <li>2. To know the scope of public relations.</li> <li>3. To understand what a company does in order to win the goodwill of people.</li> <li>4. To be able to play roles in a given public relations situation.</li> </ol> |
| Test 1<br>Page51<br> <br>Page54  |                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Unit 7<br>Page55<br> <br>Page64  | Advertising      | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. To acquire the basic knowledge of advertising.</li> <li>2. To know how to communicate with advertising designers.</li> </ol>                                                                                                                                                 |
| Unit 8<br>Page65<br> <br>Page72  | Trade Fairs      | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. To be familiar with the special terms about trade fairs.</li> <li>2. To be able to arrange a booth.</li> <li>3. To learn the correct manners at a trade fair.</li> </ol>                                                                                                     |
| Unit 9<br>Page73<br> <br>Page80  | Services         | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. To be familiar with different aspects of service industry.</li> <li>2. To learn about the promotion of service products.</li> </ol>                                                                                                                                          |
| Unit 10<br>Page81<br> <br>Page90 | Logistics        | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. To be familiar with the terms of logistics.</li> <li>2. To be able to discuss the modes of transportation.</li> <li>3. To be able to talk about different means of packing and their respective advantages.</li> </ol>                                                       |

| Unit                              | Topic              | Learning Objectives                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Unit 11<br>Page91<br> <br>Page98  | Corporate Culture  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. To be familiar with the corporate culture language.</li> <li>2. To discuss company history and company values.</li> <li>3. To learn to fit in a company's culture.</li> </ol> |
| Unit 12<br>Page99<br> <br>Page108 | Stories of Success | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. To be familiar with important tips for success.</li> <li>2. To talk about how to be successful.</li> </ol>                                                                    |
| Test 2<br>Page109<br> <br>Page113 |                    |                                                                                                                                                                                                                         |



# Unit 1

## Market Research

### Learning Objectives

1. To be familiar with important points about establishing business relations.
2. To learn to build business contact with potential partners.

# Part I Active Listening



## Dialogue 1

### The Market Research on a Commercial TV Channel ( I )



1-1

#### WORDS AND EXPRESSIONS

|                        |             |
|------------------------|-------------|
| analyst /'ænalɪst/ n.  | 分析师         |
| unwind /ʌn'waɪnd/ v.   | 放松; 松弛      |
| bulletin /'bulətɪn/ n. | 新闻快报        |
| comedy /'kɒmədi/ n.    | 喜剧          |
| go for                 | 喜欢          |
| put one's feet up      | [口]双腿平搁起来休息 |



#### Exercise 1

1-2 **Directions:** You will hear a dialogue on the market research on a new TV channel. Listen carefully and decide whether the statements you hear are true(T) or false(F).

1. ( )    2. ( )    3. ( )    4. ( )    5. ( )    6. ( )



#### Exercise 2

1-2 **Directions:** Listen to the dialogue again and fill in the form below.

| Personal Background         |    |
|-----------------------------|----|
| Job                         | 1. |
| Salary                      | 2. |
| Watching Habits             |    |
| Main reason for watching TV | 3. |
| Main times of watching TV   | 4. |
| Preferred Programs          | 5. |

## Dialogue 2

### The Market Research on a Commercial TV Channel (II)



1-3

#### WORDS AND EXPRESSIONS

stuff/stʌf/ n.

材料; 东西

tolerable /'tɒlərəbəl/ a.

可容忍的

advert /'ædvɜ:t/ n.

[英]广告



#### Exercise 1

1-4

**Directions:** Listen to the second half of the dialogue on the market research on a new TV channel and choose the best answer to complete each statement. Pay attention to the speaker's implied meaning.

- The man implies that he would like to see more of \_\_\_\_\_.  
A. news  
B. documentaries  
C. local information  
D. tragedies
- The advice the man gives concerning the new channel is to \_\_\_\_\_.  
A. improve the sound quality  
B. interview famous people  
C. have more ads  
D. make interesting ads
- According to the man, ads could be shown \_\_\_\_\_.  
A. every 10 minutes  
B. every 20 minutes  
C. every 15 minutes  
D. every 30 minutes
- The man is willing to attend \_\_\_\_\_.  
A. TV programs  
B. a radio broadcast  
C. special promotions for the new channel  
D. recreational activities
- The man's attitude towards the research is \_\_\_\_\_.  
A. indifferent  
B. casual  
C. negative  
D. cooperative



#### Exercise 2

1-4

**Directions:** Listen to the dialogue again and answer the following questions.

- Which group of viewers is the man concerned about?  
\_\_\_\_\_.



2. What type of programs does the man think the new channel should offer for the younger viewers?  
\_\_\_\_\_.
3. What kind of interview does the man advise the directors to do more?  
\_\_\_\_\_.
4. What facts about TV ads are intolerable according to the man?  
\_\_\_\_\_.
5. Under what condition will the man attend the special promotions?  
\_\_\_\_\_.

## Passage

### Major Sources of Market Research Information



1-5

#### WORDS AND EXPRESSIONS

|                                          |            |
|------------------------------------------|------------|
| locality /ləʊ'kæləti/ <i>n.</i>          | 所在地        |
| encyclopedia /ɪn,sæklə'pi:diə/ <i>n.</i> | 百科全书       |
| newsletter /'nju:z.letə/ <i>n.</i>       | 新闻信札; 业务通讯 |
| publication /,pʌblɪ'keɪʃən/ <i>n.</i>    | 出版物        |
| timely /'taɪmli/ <i>a.</i>               | 及时的        |
| Census Bureau                            | 调查局        |



1-6

#### Exercise 1

**Directions:** Listen to a passage about market research and decide whether the statements are true (T) or false (F).

- ( ) 1. Conducting a market research is vital for businesses to get information about a market.
- ( ) 2. The Census Bureau provides an enormous amount of information online.
- ( ) 3. The Chamber of Commerce usually consists of businessmen who are wealthy.
- ( ) 4. Trade and Professional Organizations provide newsletters and services for members.
- ( ) 5. Trades become more specialized because of the Trade and Professional Publications.



## Exercise 2

1-6 **Directions:** Listen to the passage again and fill in the form below.

| Source                              | Function                                                                                                                  |
|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Census Bureau                       | Provide (1) _____ information, and much of this is online.                                                                |
| Chamber of Commerce                 | Have (2) _____ information about localities, sources of networking and (3) _____ to help your business.                   |
| Department of Commerce              | Have offices in (4) _____ across the country and publishes (5) _____ information about industries, products and services. |
| Librarians                          | Help you find books such as (6) _____ magazines, Encyclopedia of Business Information Book, etc.                          |
| Trade and Professional Organization | Produce (7) _____ for members, along with (8) _____, answering questions, etc.                                            |
| Trade and Professional Publications | Supply specialized, (9) _____ and (10) _____ information.                                                                 |

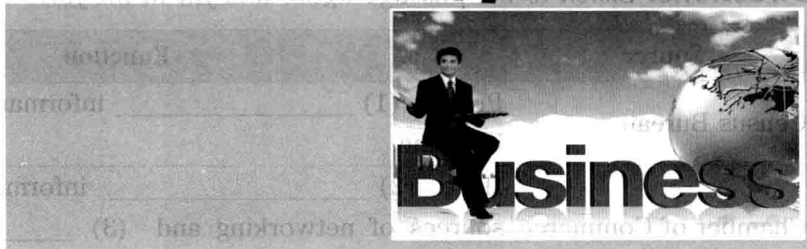
## Part II Fun Break



1-7

**Directions:** Listen to a joke about three marketers and three accountants. Tell what the humor is and retell the story in your own words.

# Part III Additional Listening



## Basic Methods to Get Feedback from Customers



1-8

### WORDS AND EXPRESSIONS

variety /və'raɪəti/ n.

种种; 种类; 变化



1-9

### Exercise 1

**Directions:** Listen to a passage and decide whether the methods are mentioned or not. Put a tick (✓) in the corresponding box.

| Method                                | Mentioned | Not Mentioned |
|---------------------------------------|-----------|---------------|
| Providing comment cards               |           |               |
| Asking customers                      |           |               |
| Asking employees                      |           |               |
| Getting information from focus groups |           |               |
| Making records                        |           |               |
| Conducting surveys by mail            |           |               |
| Conducting telephone surveys          |           |               |



1-9

### Exercise 2

**Directions:** Listen to the passage again and fill in the blanks.

Businesses can't be successful if they don't continue to meet the needs of their customers. There should be a few activities (1) \_\_\_\_\_ finding out what your customers want for products and services and finding out what they think of yours. Fortunately, there are a variety of (2) \_\_\_\_\_ that businesses can use to get feedback from customers.

#### 1. Comment Cards

(3) \_\_\_\_\_ on which they can answer basic questions such