**北京市高等教育自学考试课程考试大纲**

**课程名称：高级商务英语阅读 课程代码：13608（笔试） 2024年9月版**

**第一部分课程性质与设置目的**

**一、课程性质与特点**

《高级商务英语阅读》是北京市高等教育自学考试英语（专升本）专业的一门选修课。《高级商务英语阅读》涵盖了商务概念、商务理念、商务案例、商务文化以及当今商务发展现状等，理论与实践相结合，是一门综合性较强的专业课程。本课程密切联系商务英语实践，使学生熟悉商务英语的相关知识并应用于阅读中等难度的商务英语类文章之中。本课程的学习对学生全面掌握英语专业的知识起重要的桥梁作用。

**二、课程目标与基本要求**

本课程的目标是全面贯彻落实立德树人根本任务，熟悉主要商务英语文章的类型和基本掌握商务英语文章的阅读技巧。本课程的基本要求是学习英语报刊、杂志中的有关的商务活动的难度中等的报道和评论，能基本读懂英文原版商务教科书有关章节的大意，能将一般性英语商务材料译成汉语。

本课程的考核章节为第一章到第五章、第七章到第十章、第十二章，重点章节是：第一章、第二章、第五章、第七章、第九章、第十二章，一般章节为第三章、第四章、第八章、第十章，不考核章节为第六章、第十一章。

**三、与本专业其他课程的关系**

本课程在英语（专升本）专业的教学计划中被列为选修课，在学习完综合英语，笔译和听译等课程后，本课程集精读和泛读特点为一体，能够把商务活动和阅读等技能层面的语言能力结合起来，旨在培养英语技能与商务专业知识兼备的复合型、应用型人才。通过对教材所选材料的阅读、分析和反思，在课程结束时，学生应熟练掌握常用的商务英语词汇和表达法，具备较强的商务英语阅读理解能力。阅读课的训练又可以进一步提升外语专业学生商务的实际应用能力，二者互为依托。

**第二部分考核内容与考核目标**

总体要求：

**第一章 Corporate or Organizational Culture公司文化**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，了解公司文化在组织发展中的核心地位，理解不同公司文化在不同企业环境中所扮演的独特角色，以及它们如何塑造和影响企业的整体运营和绩效。

**二、考核知识点与考核目标**

识记；本单元的关键词汇

理解：Text A和 Text B的内容和基本观点

应用：能够完成Text A 和 Text B中关于公司文化内容的英汉互译

**第二章 Leadership领导才能**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，了解领导才能的不可或缺性，以及它在公司运营中的关键作用，洞察人才需要具备什么样的特质和能力才能担任领导，以及区分独裁式管理风格和民主式管理风格之间的核心差异。

**二、考核知识点与考核目标**

识记； 本单元的关键词汇

理解：Text A和 Text B的内容和基本观点

应用：能够完成Text A和Text B中关于领导才能内容的英汉互译

**第三章 Management Gurus管理大师**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，了解现代管理学之父彼得·德鲁克的管理学理论框架，深入掌握其核心思想和实践方法，探究其他杰出管理学大师的观点，理解他们与德鲁克理论的联系与区别，从而构建更为丰富和多元的管理学知识体系。

**二、考核知识点与考核目标**

识记： 本单元的关键词汇

理解：Text A和 Text B的内容和基本观点

应用：能够完成Text A和Text B中关于公司管理内容的英汉互译

**第四章 Corporate Citizenship企业公民**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，了解企业公民所肩负的多重责任，包括经济、社会和环境等多个层面，探索国际企业在全球范围内所承担的独特责任，理解国际企业如何通过积极履行社会责任和改善经营实践来提升自身形象，学习“利润”和“贫困”这两个核心经济概念，探讨它们在企业经营中的核心作用。

**二、考核知识点与考核目标**

识记：本单元的关键词汇

理解：Text A和Text B的内容和基本观点

应用：能够完成Text A和Text B中关于企业公民内容的英汉互译

**第五章 Consumer Behavior消费者行为**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，了解消费者行为的多样性和复杂性，探讨哪些因素（如文化、心理、经济和个人因素）会影响消费者的购买决策和行为模式，分析为什么某些消费者对特定品牌保持高度的忠诚度，理解激情消费及其背后的动机、特点和影响。

**二、考核知识点与考核目标**

识记： 本单元的关键词汇

理解：Text A和 Text B的内容和基本观点

应用：能够完成Text A和Text B中关于消费者行为内容的英汉互译

**第七章 Globalization全球化**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，了解跨国公司的全球化战略，理解企业如何在“经营本土化”的理念下实现本土市场的深度融入，认识全球化带给人们的多重好处，包括更广泛的市场机会、更丰富的消费选择、更高效的资源配置以及文化交流的促进等。

**二、考核知识点与考核目标**

识记： 本单元的关键词汇

理解：Text A和 Text B的内容和基本观点

应用：能够完成Text A和Text B中关于全球化内容的英汉互译

**第八章 Pricing定价**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，了解如何为产品制定最合适的价格策略，理解价格是商业运营中的核心杠杆，它直接影响企业的盈利能力和客户满意度，深入掌握科学定价原理，通过供需原则，认识到价格与市场需求和供给之间的动态关系。

**二、考核知识点与考核目标**

识记：本单元的关键词汇

理解：Text A和 Text B的内容和基本观点

应用：能够完成Text A和Text B中关于定价的英汉互译

**第九章 Business Strategy****企业战略**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，了解经济学家迈克尔·E·波特的企业战略理论，理解为什么公司需要制定企业战略，以及其在企业长期发展和资源优化中的核心作用，探讨公司在实施企业战略过程中可能遇到的挑战和困难，以及如何通过有效的策略执行和动态调整，确保企业战略的顺利实施。

**二、考核知识点与考核目标**

识记：本单元的关键词汇

理解：Text A和 Text B的内容和基本观点

应用：能够完成Text A和Text B中关于企业战略内容的英汉互译

**第十章 Merger and Acquisition兼并与收购---并购**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，掌握兼并和收购的基本概念，理解其对企业发展和市场格局深远影响，探讨中国企业如何在后WTO时代这一背景下有效应对更多的兼并和收购机遇与挑战，了解公司的纵向整合、横向整合战略和生产分散化战略经营的理念。

**二、考核知识点与考核目标**

识记：本单元的关键词汇

理解：Text A和 Text B的内容和基本观点

应用：能够完成Text A和Text B中关于兼并与收购内容的英汉互译

**第十二章 Service Economy服务经济**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，理解服务经济在当今社会经济发展中的关键作用，通过分析沃尔玛的案例，探讨服务经济的具体应用及其对企业发展的深远影响，认识服务经济向体验经济转变的重要性，探讨大规模客制化对服务经济带来的深远影响。

**二、考核知识点与考核目标**

识记：本单元的关键词汇

理解：Text A和 Text B的内容和基本观点

应用：能够完成Text A和Text B中关于服务经济内容的英汉互译。

**第三部分有关说明与实施要求**

**一、考核的能力层次表述**

本大纲在考核目标中，按照“识记”、“理解”、“应用”三个能力层次规定其应达到的能力层次要求。各能力层次为递进等级关系，后者必须建立在前者的基础上，其含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表述，是低层次的要求。

理解：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在理解的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法联系学过的多个知识点分析和解决有关的理论问题和实际问题，是最高层次的要求。

**二、指定教材**

《商务英语阅读》，李小飞、祝凤英编著，外语教学与研究出版社，2005年版。

**三、自学方法指导**

1、在开始阅读指定教材某一章之前，先翻阅大纲中有关这一章的考核知识点及对知识点的能力层次要求和考核目标，以便在阅读教材时做到心中有数，有的放矢。

2、阅读教材时，要逐段细读，逐句推敲，集中精力，吃透每一个知识点，对基本概念必须深刻理解，对基本理论必须彻底弄清，对基本方法必须牢固掌握。

3、在自学过程中，既要思考问题，也要做好阅读笔记，把教材中的基本概念、原理、方法等加以整理，这可从中加深对问题的认知、理解和记忆，以利于突出重点，并涵盖整个内容，可以不断提高自学能力。

4、完成书后作业和适当的辅导练习是理解、消化和巩固所学知识，培养分析问题、解决问题及提高能力的重要环节。在做练习之前，应认真阅读教材，按考核目标所要求的不同层次，掌握教材内容，在练习过程中对所学知识进行合理的回顾与发挥，注重理论联系实际和具体问题具体分析，解题时应注意培养逻辑性，针对问题围绕相关知识点进行层次（步骤）分明的论述或推导，明确各层次（步骤）间的逻辑关系。

**四、对社会助学的要求**

1、应熟知考试大纲对课程提出的总要求和各章的知识点。

2、应掌握各知识点要求达到的能力层次，并深刻理解对各知识点的考核目标。

3、辅导时，应以考试大纲为依据，指定的教材为基础，不要随意增删内容，以免与大纲脱节。

4、辅导时，应对学习方法进行指导，宜提倡"认真阅读教材，刻苦钻研教材，主动争取帮助，依靠自己学通"的方法。

5、辅导时，要注意突出重点，对考生提出的问题，不要有问即答，要积极启发引导。

6、注意对应考者能力的培养，特别是自学能力的培养，要引导考生逐步学会独立学习，在自学过程中善于提出问题，分析问题，做出判断，解决问题。

7、要使考生了解试题的难易与能力层次高低两者不完全是一回事，在各个能力层次中会存在着不同难度的试题。

8、助学学时：本课程共4学分，建议总课时72学时，其中助学课时分配如下：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 章次 | 内容 | 学时 |
| 第一章 | 公司文化 | 8 |
| 第二章 | 领导才能 | 8 |
| 第三章 | 管理大师 | 6 |
| 第四章 | 企业公民 | 6 |
| 第五章 | 消费者行为 | 8 |
| 第七章 | 全球化 | 8 |
| 第八章 | 定价 | 8 |
| 第九章 | 企业战略 | 8 |
| 第十章 | 兼并与收购——收购 | 6 |
| 第十二章 | 服务经济 | 6 |
| 合计 | | 72 |

**五、关于命题考试的若干规定**

1．本大纲各章所提到的内容和考核目标都是考试内容。试题覆盖到章，适当突出重点。

2．笔试的比例一般为识记占40%，理解占40%，应用占20%。

3. 试题难易程度应合理：易、中等难度、难。难题部分比例不超过20%。

4．笔试试题类型分为：填空题、单项选择题、句子英译汉、段落英译汉。

5．笔试采用闭卷考核方式，考试时间150分钟，按百分制计分，60分为及格。

**六、题型示例**

**I. Complete the sentence with proper words.**

1. An Organization’s cultural norms are so \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ that they are almost invisible, but if you would like to improve performance and profitability, norms are one of the first places to look.

A. tangible B. pervasive C. biased D. transparent

**II. Reading Comprehension.**

Passage A

The Negotiating Table

　　You can negotiate virtually anything. Projects, resources, expectations and deadlines are all outcomes of negotiation. Some people negotiate deals for a living. Dr. Herb Cohen is one of these professional talkers, called in by companies to negotiate on their behalf. He approaches the art of negotiation as a game because, as he is usually negotiating for somebody else, he says this helps him drain the emotional content from his conversation. He is working in a competitive field and needs to avoid being too adversarial. Whether he succeeds or not, it is important to him to make a good impression so that people will recommend him.

　　The starting point for any deal, he believes, is to identify exactly what you want from each other. More often than not, one party will be trying to persuade the other round to their point of view. Negotiation requires two people at the end saying ‘yes”. This can be a problem because one of them usually begins by saying “no”. However, although this can make talks more difficult, this is often just a starting point in the negotiation game. Top management may well reject the idea initially because it is the safer option but they would not be there if they were not interested.

　　It is a misconception that skilled negotiators are smooth operators in smart suits. Dr. Cohen says that one of his strategies is to dress down so that the other side can relate to you. Pitch your look to suit your customer. You do not need to make them feel better than you but, For example, dressing in a style that is not overtly expensive or successful will make you more approachable. People will generally feel more comfortable with somebody who appears to be like them rather than superior to them. They may not like you but they will feel they can trust you.

　　Dr. Cohen suggests that the best way to sell your proposal is by getting into the world of the other side. Ask questions rather than give answers and take an interest in what the other person is saying, even if you think what they are saying is silly. You do not need to become their best friends but being too clever will alienate them. A lot of deals are made on impressions. Do not rush what you are saying---put a few hesitations in, do not try to blind them with your verbal dexterity. Also, you should repeat back to them what they have said to show you take them seriously.

　　Inevitably some deals will not succeed. Generally the longer the negotiations go on, the better chance they have because people do not want to think their investment and energies have gone to waste. However, joint venture can mean joint risk and sometimes, if this becomes too great , neither party may be prepared to see the deal through . More common is a corporate culture clash between companies, which can put paid to any deal. Even having agreed a deal, things may not be tied up quickly because when the lawyers get involved, everything gets slowed down as they argue about small details.

Dr. Cohen thinks that children are the masters of negotiation. Their goals are totally selfish. They understand the decision-making process within families perfectly. If Mum refuses their request, they will troop along to Dad and pressure him. If it fails, they will try the grandparents, using some emotional blackmail. They can also be very single-minded and have an inexhaustible supply of energy for the cause they are pursuing. So there are lesson to be learned from watching and listening to children.

1. Dr. Cohen treats negotiation as a game in order to\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

A． put people at ease

B． remain detached

C． be competitive

D． impress rivals

2. Many people say “no” to a suggestion in the beginning to\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

A． convince the other party of their point of view

B． show they are not really interested

C． indicate they wish to take the easy option

D． protect their company’s situation

3.Dr. Cohen says that when you are trying to negotiate you should \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

A． adapt your style to the people you are talking to

B． make the other side feel superior to you

C． dress in a way to make you feel comfortable.

D． try to make the other side like you

4. According to Dr. Cohen, understanding the other person will help you to\_\_\_\_\_.

A． gain their friendship

B． speed up the negotiations

C． plan your next move.

D． convince them of your point of view

5. Dr. Cohen mentions children’s negotiation techniques to show that you should

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

A． be prepared to try every route

B． try not to make people feel guilty

C． be careful not to exhaust yourself

D． control the decision-making process.

**III. Translate the following sentences into Chinese.**

1. Any business is only as good as the people who comprise the organization；therefore, an excellent employee is a pearl of great price.

**IV. Translate the following passages into Chinese.**

As an important way of service trade, service outsourcing has also maintained a sustained and stable growth trend and contributed to the overall growth of service trade. In the long run, China's service trade power status continues to consolidate, with the traditional service trade still maintaining its dominant position, and trade in knowledge-intensive services continuing to grow.