

《英语》

图书基本信息

书名：《英语》

13位ISBN编号：9787107234163

10位ISBN编号：7107234161

出版时间：2011-3

出版社：人民教育

作者：成人高考《英语》编写组 编

页数：267

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

内容概要

《英语(专科起点升本科)(2011年版)》的编者是从事专升本英语考试考前辅导的教师，在长期的教学、辅导过程中，积累了丰富的教学和考前辅导经验，能够准确地把握知识的重点和难点。为保证考生复习，《英语(专科起点升本科)(2011年版)》参照考试大纲规定的考试内容和考试要求进行编排，便于考生深入理解考试要求，巩固相关知识，提升应考能力。在章节安排上，《英语(专科起点升本科)(2011年版)》按大纲内容顺序排列，将全书分成语音、词法、句法、构词法、完型填空、阅读理解、日常会话、短文写作八个部分，每章的前一部分以知识讲解为主，后面配有自测习题，以便使考生在深入把握考题特点、完善知识体系的同时及时进行演练。

书籍目录

第一章 语音 1. 字母 2. 音标 3. 音节 4. 元音字母在非重读音节中的读音 5. 辅音字母在单词中的读音 6. 常见字母组合的读音 自测习题及参考答案

第二章 词法 第一节 名词 1. 可数名词和不可数名词 2. 名词的复数形式 3. 名词的所有格 4. 名词在句子中的作用 自测习题及参考答案 第二节 冠词 1. 不定冠词的基本用法 2. 定冠词的基本用法 3. 不加冠词的基本规则 4. 冠词的习惯用法 自测习题及参考答案 第三节 代词 1. 人称代词 2. 物主代词 3. 反身代词 4. 指示代词 5. 疑问代词 6. 关系代词 7. 不定代词 自测习题及参考答案 第四节 数词 1. 基数词 2. 序数词 3. 分数 4. 小数 自测习题及参考答案 第五节 形容词和副词及其比较级 1. 形容词、副词在句子中的作用 2. 形容词、副词比较级和最高级的构成 3. 形容词、副词比较级和最高级的基本用法 自测习题及参考答案 第六节 介词 1. 常用的介词 2. 介词与动词、形容词、名词的固定搭配 3. 介词短语及其用法 自测习题及参考答案 第七节 动词 1. 动词的分类 2. 动词的基本形式 3. 动词的主要时态 4. 情态动词及其基本用法 5. 非谓语动词的构成及基本用法 6. 被动语态的构成及基本用法 7. 虚拟语气的常见形式及基本用法 自测习题及参考答案 第八节 连词 1. 并列连词及其用法 2. 从属连词及其用法 自测习题及参考答案

第三章 句法 第一节 基本句型 1. 主语+谓语动词 2. 主语+谓语动词+宾语 3. 主语+谓语动词+宾语+宾语 4. 主语+谓语动词+宾语+宾语补足语 5. 主语+谓语动词+主语补足语一 自测习题及参考答案 第二节 句子按用途分类 1. 陈述句 2. 疑问句 3. 祈使句 4. 感叹句 自测习题及参考答案 第三节 句子按结构分类 1. 简单句 2. 并列句 3. 复合句 A. 名词性从句 B. 定语从句 C. 状语从句 4. 强调句、倒装句、省略句 5. 直接引语和间接引语 自测习题及参考答案

第四章 构词法 第一节 派生法 1. 前缀 2. 后缀 第二节 合成法 1. 复合形容词 2. 复合名词 3. 复合动词 4. 合成代词 5. 合成副词 第三节 转换法 1. 动词转化为名词 2. 名词转化为动词 3. 形容词转化为动词 4. 形容词转化为名词 5. 副词转化为动词 6. 数词转化为动词 自测习题及参考答案

第五章 完型填空 1. 对词汇知识的考查 2. 对语法知识的考查 3. 对语篇技巧、上下文逻辑关系的考查 自测习题及参考答案

第六章 阅读理解 1. 中心思想题 2. 细节题 3. 观点态度题 4. 推理判断题 自测习题及参考答案

第七章 日常会话 1. 感谢时的用语 2. 问候时的用语 3. 介绍时的用语 4. 提议时的用语 5. 告别时的用语 6. 道歉时的用语 7. 请求时的用语 8. 邀请时的用语 9. 拒绝时的用语

第八章 短文写作参考样题附录 不规则动词表

章节摘录

版权页：插图：Classified advertising is the advertising that is grouped in certain sections of the paper and is thus distinguished from display advertising. Such groupings as Help Wanted, Real Estate, Lost and Found are made, the rate charged being less than for display advertising. Classified advertisements are a convenience to the reader and a saving to the advertiser. The reader who is interested in a particular kind of advertisement finds all advertisements of that type grouped for him. The advertisers may, on this account, use a very small advertisement that would be lost if it were placed among larger advertisements in the paper. It is evident that the reader approaches the classified advertisements in a different frame of mind from that in which he approaches the other advertisements in the paper. He turns to a page of classified advertisements to search for the particular advertisement that will meet his needs. As his attention is voluntary, the advertiser does not need to rely to much extent on display type to get the reader's attention. Formerly all classified advertisements were of the same size and did not have display type. With the increase in the number of such advertisements, however, each advertiser within a certain group is competing with others in the same group for the reader's attention. In many cases the result has been an increase in the size of the space used and the addition of headlines and pictures. In that way the classified advertisement has in reality become a display advertisement. This is particularly true of real estate advertising.

《英语》

编辑推荐

《英语(专科起点升本科2011年版)》全国各类成人高等学校招生考试丛书之一。

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：www.tushu000.com