

《商务英语翻译教程》

图书基本信息

书名：《商务英语翻译教程》

13位ISBN编号：9787810788915

10位ISBN编号：7810788914

出版时间：2007-7

出版社：对外经济贸易大学出版社

页数：244

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

《商务英语翻译教程》

前言

《商务英语翻译教程》是为培养复合型涉外人才而开设的一门翻译课程，主要面向全国高等院校商务英语方向硕士研究生以及财经类专业的硕士研究生。本书的编写旨在帮助他们通过句式、语篇分析和识别各类商务篇章在遣词造句和文体规范等方面具有的典型特征，培养学生熟练运用各种翻译技巧对商务语篇进行翻译实践的意识 and 能力。本教材的编写以翻译实践为根本，辅以适量的理论介绍。理论介绍深入浅出，体现在本书的各个章节中。本书主要具有以下几个特点：

- 1· 传统与创新相结合。本教材从句式的翻译技巧入手，有的放矢地配有大量练习。注重全面提高学生运用英语和商务知识的能力。
- 2· 内容新，可操作性强。本教材在用词、用句和语篇等方面，具有知识面广、资料新、专业性和可操作性强等特点。
- 3· 翻译技巧与例证说明相辅相成，有理有据，难易结合，注重提高学生的领悟力和实际分析能力。
- 4· 从英汉对比的角度介绍了英汉翻译过程中所涉及的诸多因素，注重在提高学生语言能力的基础上，切实培养学生的翻译能力。

本书共分为十二章，内容包括商务英语翻译的技巧与方法，并针对句式翻译进行了详细的讲解和分析；商务语篇的翻译包括：商号、商务名片、商务广告、商标和品牌、商务信函、商务合同以及商品说明书等。

《商务英语翻译教程》

作者简介

车丽娟，东北财经大学国际商务外语学院教授，博士在读，长期从事商务英语教学。讲授《商务英语翻译》、《商务英语写作》等课程，曾主编《商务英语写作》、《商务英语听说》、《外贸函电》、《商务英语》等多部教材，出版译著多部，2001-2005年度为辽宁省优秀青年骨干教师、贾秀梅，东北财经大学国际商务外语学院教授，博士在读，长期从事英语翻译教学。讲授《英文口译》、《英文笔译》、《高级英语》等课程；主编教材多部，译著5部，发表论文20多篇，评为东北财经大学优秀教师。

书籍目录

第一章 商务英语翻译概论一、翻译的定义二、翻译的目的和任务三、翻译的标准四、翻译问题研究第二章 商务英语否定句式的翻译一、完全否定二、部分否定三、形式否定四、含蓄否定五、否定转移六、双重否定第三章 商务英语比较句式的翻译一、各种比较句式的替换二、等比句式三、差比句式四、极此句式五、E捌句式六、择比句式七、介词表示比较八、其他表达方法第四章 商务英语定语从句的翻译一、限定性定语从句的翻译二、非限定性定语从句的翻译三、分述翻译法四、带有状语功能的定语从句的翻译五、分离式定语从句的翻译六、As引导的定语从句的翻译第五章 商务英语被动句式的翻译一、译成汉语的主动式二、译成汉语的被动式三、译成汉语的特殊结构四、英语不表示施动关系的by的翻译五、英语中表示被动意义的名词性短语第六章 商务英语翻译中省略法的应用一、省略代词二、省略代词it三、省略连接词四、省略冠词五、省略介词六、省略动词第七章 商号、商务名片的翻译第一节 商号的定义第二节 商号的翻译一、商号的翻译原则二、商号的翻译方法三、商号翻译中应注意的问题第三节 商务名片的内容及翻译一、商务名片的内容及作用二、人名及地址的翻译三、部门名称的翻译四、职位、职称的翻译第八章 商务广告的翻译第一节 广告的分类和语篇策略一、广告的分类二、商务广告的语篇策略第二节 商务广告的语言特点一、广告英语的词汇特点二、广告英语的句法特点三、广告英语的修辞特点第三节 商务广告翻译的原则与方法一、商务广告翻译原则二、商务广告翻译中的异化和归化三、商务广告的翻译方法第九章 商标、品牌的翻译第一节 英文商标、品牌概述一、商标和品牌的概念与区别二、英文商标、品牌的构成第二节 英文商标、品牌翻译的原则一、等效原则二、简洁原则三、审美原则四、合法原则第三节 商标、品牌翻译的方法一、音译法二、意译法三、音意结合法四、半音半意法五、零译法第四节 中西文化差异对商标、品牌翻译的影响第十章 商务信函的翻译第一节 英语商务信函简介一、商务信函及其翻译的重要性二、英语商务信函的构成要素第二节 英语商务信函的文体和语言特征一、英语商务信函的词汇特征二、英语商务信函的篇章结构特征第三节 英语商务信函翻译中的文体对等一、尽量使用书面语言，做到语言简洁规范二、译文的语气要做到礼貌、诚恳三、尽量使用地道的商业用语，体现商务信函的商业风格第四节 英语商务信函的分类及其翻译一、以信息功能为主的英语商务信函的翻译二、以表情功能为主的英语商务信函的翻译第十一章 商务合同的翻译第一节 商务合同的基础知识一、概念与文体二、分类与结构三、商务合同的主要内容第二节 合同英语的词汇特点及翻译要点一、用词专业，具有法律意味二、用词正式、准确第三节 合同英语的句法特点及翻译要点一、长句及其翻译二、条件句及其翻译第四节 商务合同的翻译标准一、准确严谨二、规范通顺第十二章 商品说明书的翻译第一节 商品说明书的结构和语言特征一、商品说明书的内容二、商品说明书的结构三、商品说明书的语言特征第二节 商品说明书的词汇特征及翻译要点一、英文商品说明书的词汇特征二、商品说明书中英文词汇的翻译第三节 商品说明书的句法特征及翻译要点一、祈使句的使用二、被动语态的使用三、非谓语动词结构的使用第四节 商品说明书的翻译一、准确性原则二、等效性原则三、忠实性原则参考译文参考文献

四、翻译问题研究 翻译本身是以实践为基础的一门学问或学科。翻译既是科学，也是艺术，又是技能。翻译学，英文叫Translatology或者Translation Studies，作为一门独立的学科，相对而言，它的历史比较短，系统和深入地在理论上探讨翻译的本质、过程、范围、影响及其他相关领域的研究工作进行得不够，目前我国尚未形成一个属于自己的完整的翻译理论体系，国内研究者编写的翻译理论著作往往基于西方翻译理论家的思想，是对西方翻译思想的诠释和介绍。西方系统的、现代意义上的翻译研究起步较早，有很多翻译家和语言学家在长期从事这方面的研究，出版了很多翻译理论著作，各抒己见，百家争鸣。有趣的是，西方的翻译理论家所提出的翻译理论中使用了许多翻译学术语，一方面他们使用了某些不同的术语表达相同或相似内容；另一方面他们使用相同的术语表达了不同的内容。当然也有一些理论家独创一些术语以区别于他人。这些术语代表着不同派别的理论思想，反映出西方各翻译理论家对翻译的看法，这些理论和看法对我们研究翻译和从事翻译实践工作有着一定的指导作用。但是由于文化和语言的不同，他们通过自创的翻译术语所表达的翻译思想和理论必须通过翻译的手段移植到我们的本土语言中，使之逐渐渗透到本土翻译观里。以前我们的翻译理论研究基本处于停滞不前状态，外来的理论和学术观点对我国本土翻译观必然产生冲击，这种冲击有助于我们开放体系，发展翻译理论。当然，由于文化和语言的不同，任何理论的建构和发展离不开本土文化的土壤，本土视角必然会进入理论探索。在全球化的今天，任何学科都必须具备世界性，否则就谈不上发展，翻译本身就是与异域文化交流的产物。就翻译人数和所翻译的作品而言，中国的确堪称翻译大国，但就翻译质量而言，我们离标准尚有很大差距。这里有很多原因，有管理、体制等方面的原因，也有理论和实践的问题。在商品经济时代，时效性往往显得尤为重要。出版社对译者的翻译效率要求很高，不会让译者花上较长时间去翻译，因为有的译著时效性很强，过了时效就失去了，其经济价值

《商务英语翻译教程》

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