

<<商务写作>>

图书基本信息

书名：<<商务写作>>

13位ISBN编号：9787100067379

10位ISBN编号：7100067375

出版时间：2010-11

出版时间：商务

作者：哈佛商学院出版公司|译者:王春颖

页数：110

译者：王春颖

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：<http://www.tushu007.com>

<<商务写作>>

内容概要

富有成效的商务写作有赖于一套基本写作原则。

一旦掌握了这些基本原则，你就会对各种文体的商务写作应付自如。

本书会告诉你： 如何影响你的读者 如何传递好消息和坏消息 如何使用言简意赅的语言

<<商务写作>>

书籍目录

引言 以读者为中心的商务写作才是最富有成效的 商务写作上篇 商务写作：基础1．基本原则 明确写作目的 以读者为中心 把关键信息表述清楚 内容要简明扼要 确定传达信息的策略2．确定写作范围 广义范围与狭义范围3．着手写作的策略 提问 传统模式 头脑风暴法 自由式写作4．根据写作目的组织材料 重要性排列法 时间排列法 过程法和程序法 空间排列法 比较和对比法 归纳法和演绎法 分析法5．撰写初稿 想从哪儿下笔就从哪儿下笔 分门别类地写 对于技术文件要给予特殊考虑6．组织段落 限定每段主题的数量 过渡要自然7．编辑内容 突出中心思想 明确内容 要策略地对你所要传递的关键信息进行排序 要回答读者的“为什么？”

”8．编辑文体 设计视觉效果 写作语气要符合读者的口味 力求言简意赅 尽量使用主动语态 力求准确9．起草电子邮件 常见问题 从信件主题入手 一封电子邮件只谈一个主题 要开宗明义 正文要简明扼要并使用附件 明确收件人类型 邮件版式要简单明了 检查公司关于电子邮件的相关规定 要知道什么时候不要发送电子邮件下篇 建议和工具1．商务写作的工具2．自测题3．深入学习4．参考文献

<<商务写作>>

章节摘录

即便是一篇组织结构完整文章，假如不是由一个合适的人，在一个合适的时间，采用一种合适的形式来写，恐怕也达不到预期的效果。

因此，在你正式开始写作之前，一定要慎重考虑谁是这份商务文书的发起人：是你？

你的老板？

还是整个团队？

发起人不同，其对读者所产生的影响也不同。

同时还要考虑一下，你的写作时机是不是为时尚早或略显滞后。

如果为时尚早，也许你所提出的问题还没有引起大家足够的重视；如果略显滞后，也许你就会错过提出建议或避免问题发生的最佳时机。

最后，选择不同形式的商务写作会产生不同的效果。

在选择具体的形式时，一定要慎重考虑一下你的写作目的、你的读者群以及你想要表达的信息。

比如，如果想让大家知道客户满意度调查结果，你就可以以电子邮件的形式给公司每个人发一份简报，然后再详细告诉他们如何才能看到报告的全部内容。

你也可以针对这次调查结果专门召开一次会议，并邀请公司的管理层，以及其他重要的相关人士出席会议。

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:<http://www.tushu007.com>