

<<秘书沟通协调与谈判技巧>>

图书基本信息

书名：<<秘书沟通协调与谈判技巧>>

13位ISBN编号：9787300095578

10位ISBN编号：7300095577

出版时间：2009-1

出版时间：中国人民大学出版社

作者：赵颖 主编

页数：291

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>

<<秘书沟通协调与谈判技巧>>

前言

随着我国市场经济的高速发展，党政机关、企事业单位、商贸系统的改革步伐不断加快，各行业对秘书的需求量越来越大，对秘书工作的要求也越来越高。

在这一变化的影响下，秘书这一职业的职业意识在不断更新，工作内容在不断拓展，工作制度在不断完善，但能适应这一变化的训练有素、能力卓越的新型秘书人才却显得十分匮乏。

很多院校的秘书专业和秘书培训部都在为培养这类人才而努力。

所以，他们最急需的是符合21世纪时代特征的，具有丰富的秘书知识内涵、开阔的国际视野、很强的实用性和操作性的，新型的现代行政秘书和商务秘书系列教材。

鉴于此，我们遵照国务院批转教育部《2003—2007年教育振兴计划》中“职业教育与培训创新”的精神，组织秘书专业的专家及教授偕同富有实践经验的秘书工作者，依照新型秘书应具备的知识结构和能力结构，量身打造，编写了这套集时代性与实用性于一身的高层次的现代秘书系列教材。

纵观本套教材，特点有三：第一，具有前瞻性和现代性。

本套教材立足于我国加入世贸组织后市场经济发展的前沿，借鉴了国际领先水平的秘书工作经验，从我国现实情况出发，对秘书工作从理论到操作的方方面面内容作了系统的介绍，论述详尽，阐发深入，紧跟时代发展的步伐。

第二，具有系统性和全面性。

系统性是指这套教材是一个系统工程，是由办事、办文、办会等系列子系统组成的相互关联、衔接有序的动态系统。

全面性是指这套教材囊括了秘书工作的收集信息、协调、信访、调研、督检、文书、会务、接待、沟通、礼仪、办公自动化、速记技能等全部内容，可以说这是一套“秘书工作必读全书”。

<<秘书沟通协调与谈判技巧>>

内容概要

秘书的沟通协调能力，对于秘书从业者高效地进行工作，快捷地解决问题、把握机会、建立一个群策群力、生产力高的团队十分重要。

这种能力推动着秘书从业者与组织内不同职位的人员进行友好合作并开展有建设性的工作。

而谈判作为人类一种极为普遍的社会活动，自古有之。

伴随着中国经济高速、平稳地驶入市场经济快车道，谈判作为通过沟通消除分歧、创造价值的有效手段，已经渗透到现代社会的各个领域。

我们可以这样说，世界就是一张谈判桌，人人都是谈判者，都是与生俱来的“谈判动物”。

而谈判之所以引人入胜，一方面，在于它同时所具有的确定的和不确定性；另一方面，它是谈判参与者自身经验、心理、策略等方面综合运用的艺术。

我们可以这样说，沟通协调能力和谈判技巧是秘书从业人员必不可少的基本技能。

《中共中央、国务院关于深化教育改革全面推进素质教育的决定》指出，高等职业教育是高等教育的重要组成部分，而高职高专人才培养模式的主要特征就是以适应社会需要为目标，以培养技术应用能力为主线设计知识结构、能力及素质培养方案，以“应用”为主旨和特征构建课程和教学内容体系。

然而，“工欲善其事”，必须有可以适应这样需要的教材作为支撑。

作为秘书专业的教育工作者，面对日益复杂的市场竞争，面对人际交往的主要方式——沟通和谈判，我们的学生应树立什么样的观念；掌握哪些必须的技能；了解多少相关的理论；遵守什么样的规则... 这些问题值得我们深思。

<<秘书沟通协调与谈判技巧>>

书籍目录

上篇 沟通 第一章 沟通基本原理 第一节 什么是沟通 第二节 沟通媒介 第三节 沟通障碍和有效沟通 第四节 商务沟通 第二章 人际沟通 第一节 人际关系 第二节 人际沟通艺术 第三节 中国特色的人际关系 第三章 商务语言沟通 第一节 商务语言沟通基础 第二节 商务活动中的体态用语 第三节 商务演讲 第四章 商务组织内部沟通 第一节 团队沟通 第二节 上行沟通 第三节 下行沟通 第五章 商务组织外部沟通 第一节 与大众媒介沟通 第二节 与政府沟通 第六章 电子商务沟通 第一节 电子商务概述 第二节 电子商务应用与电子商务沟通特点 第三节 不同模式下的电子商务沟通 第七章 跨文化沟通 第一节 文化背景与价值标准 第二节 跨文化沟通障碍及解决策略 第三节 跨文化沟通语言运用下篇 谈判 第八章 谈判概述 第一节 谈判的含义与特征 第二节 谈判的原则 第九章 谈判的类型和方式 第一节 谈判类型 第二节 谈判方式 第十章 谈判心理 第一节 谈判心理的研究意义 第二节 谈判与动机 第三节 谈判与个性 第四节 谈判与知觉 第五节 谈判中的心理成功与挫折 第十一章 谈判程序 第一节 谈判准备 第二节 谈判过程 第十二章 谈判策略 第一节 互利型谈判策略 第二节 非合作型谈判策略 第三节 复杂型谈判策略 第四节 谈判中的风险规避第十三章 谈判人力资源管理 第一节 谈判人员基本素质 第二节 谈判队伍的组建 第三节 谈判的组织管理参考文献

<<秘书沟通协调与谈判技巧>>

章节摘录

其次，根据与自身关系的紧密程度将媒体进行分类管理，和媒体记者保持长期的工作关系也很重要。中国的媒体记者都是分片分口进行工作的，企业与之打交道时辅之以民众情感，最好与那些核心媒体记者组成企业媒体俱乐部，提供一个企业与媒体紧密沟通的平台。

同时为相关媒体创造一个尽可能平等的沟通机会，使自身一直处在新闻汇集的中心，而不是事外。这样企业所面对的可能多是一些熟面孔，对企业的信息传播也多了几分掌控。

（二）完善日常联系制度在完善日常联系制度方面，目前在企业当中，有很多觉得与媒体沟通不畅，媒体对其报道有失全面和公允，与媒体沟通存在种种误区。

比如企业没有应对媒体选择、采访、撰稿、投放、效果评估的完善流程和制度，导致媒体沟通活动缺乏效率；因缺乏接受媒体采访经验和技巧而导致错误信息的传递；因缺乏对外信息控制，没有统一的宣传口径，内部意见不统一而给媒体传递相互矛盾的信息；对于不利于自身的消息采取消极回避的态度，导致媒体胡乱猜测，甚至与媒体关系恶化，导致信息无法发布，等等。

（三）媒体应对纵观这些误区产生的原因，不外乎企业对媒体不熟悉，企业没有形成一套应对媒体的流程和制度，仓促上阵，不但乱了阵脚，有时还露了‘马脚’。

因此，建立与媒体沟通的制度，构建一套媒体工作的管理系统十分必要。

一套较完备的媒体关系管理系统包括：完善的企业媒体沟通制度；细化媒体沟通流程，分为日常和危机两种应对；责任分工到人；进行媒体分析和调研活动，了解不同媒体操作风格和受众特点；把自身拥有的新闻资源和所需媒体资源不断拓展深入，并将媒体资源整合，使之完成统一声音和信息的传播；对每一次的沟通活动都进行可量化的效果评估；日常在企业高层中进行媒体沟通策略和技巧的培训，增强应对媒体的意识。

如今我国的企业都纷纷上市，媒体关系管理作为投资者关系管理的重要组成部分，就是要建设好沟通管道，保证企业与投资者沟通无阻、使企业的媒体环境协调、平和。

媒体关系管理是企业与媒体之间的优良的润滑剂，只是这个润滑剂更多是企业为应对媒体监督和探测的制度和技巧。

企业家与新闻媒体存在着相互依赖的关系，新闻媒体依赖于企业家，不断地通过企业向社会提供有价值的新闻；而企业家尤其是企业家群体掌握着企业及有关公众的重要信息，新闻媒体需要企业家提供有价值的新闻材料，从而扩大信息来源丰富报道的内容和品种。

<<秘书沟通协调与谈判技巧>>

编辑推荐

《秘书沟通协调与谈判技巧》由中国人民大学出版社出版。

<<秘书沟通协调与谈判技巧>>

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>