第一图书网, tushu007.com

<<新编演讲与口才>>

图书基本信息

书名：<<新编演讲与口才>>

13位ISBN编号：9787308088695

10位ISBN编号：7308088693

出版时间：2011-8

出版时间：浙江大学出版社

作者：屈海英

页数：269

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

内容概要

屈海英主编的《演讲与口才》从课堂教学思路出发，体现教学的规律，以及课堂教学师生双边互动的特点，以最新的行为导向教学法理论为依据，充分调动学生主体学习、主动学习的积极性，集实用性、实战性、新颖性、生动性、趣味性、通俗性于一体，旨在培养学生的人文素质、综合素质与职业能力，增强毕业生在求职、择业、就业中的竞争力，以期在竞争越来越激烈的人才市场中脱颖而出。

第一图书网, tushu007.com

<<新编演讲与口才>>

书籍目录

第1章 口才概述
 第一节 口才之重要
  一、口才之重要性
  二、口才与人生
 第二节 口才之内涵
  一、好口才需要丰厚的知识积累
  二、好口才需要独立的思考力
  三、好口才需要机敏的应变力
  四、好口才需要表达的技术技巧
  五、好口才需要良好的心理素质
  六、好口才需要高尚的道德情操
 第三节 口才之养成
  一、口才养成要培养良好的心理素质
  二、口才养成需要掌握方法技巧
 口才实训
第2章 诵读口才
 第一节 朗读和朗诵
  一、朗读与朗诵的概念
  二、朗读与朗诵的区别
  三、诵读与口才的关系
 第二节 诵读技巧
  一、诵读的节 奏技巧
  二、诵读的情感技巧
  三、诵读基调的把握
 第三节 不同文体的诵读技巧
  一、诗歌
  二、散文
  三、记叙文
  四、议论文
  五、寓言故事
 口才实训
第3章 演讲口才
 第一节 演讲概述
  一、演讲的含义
  二、演讲的作用
  三、演讲的特征
  四、演讲的分类
 第二节 演讲的态势语言
  一、态势语言概述
  二、态势语的训练
 第三节 演讲稿的写作
  一、演讲稿的概念
  二、演讲稿的特点
  三、演讲稿的写作技巧
  四、演讲稿的写作要求

第四节 演讲的实战技巧
一、演讲前的心理准备
二、脱稿演讲技巧
三、演讲实战技巧
第五节 即兴演讲口才
一、即兴演讲口才概述
二、即兴演讲技巧
口才实训
第4章 求职口才
第一节 求职口才概述
一、求职口才的重要性
二、求职口才的特点
三、求职面试前的准备
第二节 求职口才技巧
一、自我介绍技巧
二、经典面试问题应答技巧
三、面试难点及应对技巧
四、面试常见错误及其对策
第三节 求职材料的制作
一、个人简历的制作
二、求职书信的写作
口才实训
第5章 辩论口才
第一节 辩论概述
一、辩论的概念
二、辩论的特点
三、辩论的作用
四、辩论的类型
第二节 论辩能力的构成
一、知识能力
二、思维能力
三、语言能力
四、心理素质
第三节 辩论的技巧
一、进攻技巧
二、防守技巧
三、机变技巧
第四节 辩词的写作技巧
一、辩词的特点
二、辩词的写作要求
第五节 辩论赛的组织与评判
一、辩论赛的组织
二、辩论赛的准备
三、辩论赛的评判
四、辩论赛的欣赏
口才实训
第6章 社交口才

第一节 社交口才概述
一、社交口才的含义
二、社交口才的基本要求
三、社交口才的基本原则
四、社交口才的禁忌
第二节 社交语言的技巧
一、拜访与接待技巧
二、赞扬与批评技巧
三、交谈的技巧
四、拒绝的技巧
五、道歉的技巧
口才实训
第7章 营销口才
第一节 营销概述
一、营销的概念
二、营销的特点
三、营销的作用
第二节 营销员的素养
一、学识素养
二、专业素养
三、法律素养
四、交际素养
五、口才素养
六、性格素养
七、心理素养
第三节 营销口才技巧
一、营销语言的作用
二、营销语言的基本原则
三、营销口才的特点
四、营销口才的技巧
口才实训
第8章 导游口才
第一节 导游口才概述
一、导游口才的作用
二、导游口才的特点
三、导游语言的基本要求
第二节 导游解说口才技巧
一、分段讲解法
二、突出重点法
三、触景生情法
四、巧设问答法
五、制造悬念法
六、巧用类比法
七、趣味讲解法
第三节 导游词的写作
一、导游词的特点
二、导游词的写作技巧

第一图书网, tushu007.com

三、导游词的写作要求
口才实训
参考文献

章节摘录

一是“ 理解 ”问题。
“ 理解 ”一词，最早见于元朝末年编纂的《宋史》：“ 心通理解 ”，是指从内心上明白、从道理上了解。
理解，从字面来看，就是理性的思考和解读；从认知层面上讲，认识得越全面，了解得越透彻，理解得就越深刻，使我们对人、对客观事物有更准确的把握。
我们要把一首诗或一篇散文诵读好，首先要做到“ 理解 ”两字，也就是要准确把握作品的内容，理解作品的深刻内涵。
这是诵读情感调动必须解决的第一个问题。
二是“ 感受 ”问题。
感受，就是表达者接受作品符号的刺激，所引起的内心反映。
表达者的创作过程，不是简单的由文字到声音的单从词义上解释“ 感受 ”二字。
由此可见，感受是指由于作者本人的感觉器官受到周围各种现象（如颜色、形态、音响、味道、光滑、粗糙、冷暖等）的刺激所产生的一种与之相适应的思维和情感活动。
感受在写作过程中的作用过程，是文字——生活——声音的过程。
表达者必须被文字符号唤醒，透过文字感受生活，让作品中的人、事、景物在脑子里成为活生生的东西，有如临其境、如见其人、如闻其声的感觉。
通俗地说，脑子里要像过电影。
这是诵读情感调动必须解决的第二个问题。
三是“ 动情 ”问题。
动情就是产生爱慕的感情，动情就是要把感情调动起来，要做到在分析作品的时候，不仅要注意理解、感受，而且更重要的是注意情感体验。
“ 感人心者，莫先乎情 ”（白居易）。
情是灵魂、是统帅，情动于衷而形于声。
有声语言是以情感为依托的，是为表达情感服务的。
离开了情感，声音就失去了依托，失去了灵魂，就谈不上表达了。
不少人在诵读的时候，不是在诵读，而是在读诵，当他们掌握了一定的诵读技巧，如理解、感受、动情，包括外在表达技巧——重音、停顿、连贯、语速、节奏等，依然达不到感人的境界；但当他们全身心地投入到作品中去，把情感从心底里叹出来而不是说出来时，他们终于动情了，他们开始打动自己，随之也就打动了听众。
由此看来，诵读中的情感二字是最重要的。
但并不是说其他技巧都不重要，它们是相辅相成的，没有理解，谈不上感受，没有感受就谈不上感情。
……

媒体关注与评论

一个人的嘴巴有两种功能，一个是吃饭，一个是说话，要想吃好饭，必须说好好话。
——阿里巴巴·马云

如果让我重进大学，我将修好两门课：演讲和说服。
——美国前总统·尼克松

你能面对多少人，未来就有多大的成就。
——英国前首相·丘吉尔

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