

<<商务礼仪>>

图书基本信息

书名：<<商务礼仪>>

13位ISBN编号：9787309066319

10位ISBN编号：7309066316

出版时间：2009-7

出版时间：复旦大学出版社

作者：姜红 等主编

页数：230

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>

<<商务礼仪>>

前言

《21世纪市场营销“实践型”系列教材》在上海商学院及相关学院广大教师的共同努力下终于逐步推出。

这套系列教材包括《市场营销学》、《市场调研》、《消费者行为分析》、《客户关系管理》、《国际市场营销》、《品牌管理》、《公共关系》、《广告策划》、《商务经营》、《商务谈判》、《商务礼仪》、《创业实务》12本。

本套系列教材是由上海商学院与复旦大学出版社共同组织和策划的，共有46位教师参加编写，分别来自13个省市的23所高校，经历了两年时间才完成。

《21世纪市场营销“实践型”系列教材》的成功推出，是高校教育改革成果的展示。

一创建了“实践课业教学”模式自2001年起，上海商学院从《市场营销学》课程改革着手，经历了近八年的改革探索，创建了“实践课业教学”模式。

所谓实践课业教学，是指以就业为导向，强化学生职业能力的全面培养，把“实践课业”作为能力培养的载体和手段的一种新型课程教学方式。

实践课业教学是2001年上海市教委“高职学生职业能力评价研究与实践”课题与2005年国家教育部“高职高专教育市场营销类专业实践教学体系研究”课题的研究成果。

课题研究旨在解决当前我国高校教育中实践教学效率低、学生实践能力薄弱的紧迫问题，注重学生实践能力与创新能力的培养，使高校人才培养目标能适应我国21世纪经济社会发展的需要。

课题研究总结了《市场营销学》课程改革成果，创新探索了实践课业教学新模式，并积累了课业训练的操作经验。

课题所研究的实践课业教学最早从《市场营销学》课程试点开始，逐步拓展到上海商学院的《销售管理》、《促销策划》、《市场调查与预测》、《企业形象策划》、《品牌管理》、《公关策划》、《商业投资》、《广告策划》、《客户服务与管理》等课程。

以此改革为基础，完成了市场营销专业实践教学体系构建的研究与实验。

近年，实践课业教学从专科课程教学推广到本科课程教学，在更高层次上进行进一步探索和完善。

这种新的教学模式又从校内推广到校外，从本市推广到全国，课程改革取得了成功。

<<商务礼仪>>

内容概要

本书以商务礼仪为主线，共分为11章，主要内容包括商务礼仪概述、商务仪容仪表礼仪、商务语言仪态礼仪、商务见面礼仪、商务往来礼仪、商务通讯礼仪、商务会议礼仪、商务仪式礼仪、商务餐饮礼仪、商务办公礼仪、商务涉外礼仪等方面的内容，较为全面地介绍了商务礼仪的相关知识和运用技巧。

本书力争做到深入浅出、形象生动、翔实具体，集理论性、实践性、知识性和可操作性于一体。在编写教材时，每章有一节实训，强调学、做、行一体化，采取学训结合、课内实训与课外实训相结合的方式，让学生在学中做，做中行。

本教材是所有作者在参考了大量资料的基础上，结合所有教师近年来研究探讨的成果，推出的一本实用礼仪教材，希望对相关专业高校教师和同学的礼仪学习有所帮助。

<<商务礼仪>>

书籍目录

第一章 绪论 第一节 礼仪 第二节 商务礼仪的特征和作用 第三节 商务礼仪的修养 第四节 实践指导 前沿研究 人际交往的法则：白金法则、三A法则 案例 小处不可随便 练习与思考第二章 商务仪表礼仪 第一节 商务仪容礼仪 第二节 商务服饰礼仪 第三节 实践指导 前沿研究 西装的造型 案例 小李的形象 练习与思考第三章 商务语言仪态礼仪 第一节 商务语言礼仪 第二节 仪态礼仪 第三节 实践指导 前沿研究 中外礼俗七不同 案例 落地的筷子 练习与思考第四章 商务见面礼仪 第一节 称呼与介绍 第二节 握手、致意与鞠躬 第三节 名片礼仪 第四节 实践指导 前沿研究 商务名片的设计 案例 名片的失误 练习与思考第五章 商务往来礼仪 第一节 商务接访礼仪 第二节 商务馈赠礼仪 第三节 实践指导 前沿研究 国际商务交往中的馈赠常识 案例 高人出手挡不住 练习与思考第六章 商务通讯礼仪 第一节 商务电信礼仪 第二节 商务文书礼仪 第三节 实践指导 前沿研究 问候要遵从职业特色 案例 案例二则 练习与思考第七章 商务会议礼仪 第一节 一般会议礼仪 第二节 专题会议礼仪 第三节 实践指导 前沿研究 电话会议礼仪 案例 会议座次的重要性 练习与思考第八章 商务仪式礼仪 第一节 商务谈判礼仪 第二节 商务签约礼仪 第三节 开业与剪彩礼仪 第四节 实践指导 前沿研究 涉外签字仪式礼仪 案例 下台剪彩 练习与思考第九章 商务餐饮礼仪 第一节 宴请礼仪 第二节 中餐礼仪 第三节 西餐礼仪 第四节 实践指导 前沿研究 饮酒与食物的搭配 案例 就餐的失误 练习与思考第十章 商务办公礼仪 第一节 办公室内的礼仪 第二节 办公公共区域的礼仪 第三节 使用公共办公设备礼仪 第四节 人际交往礼仪 第五节 实践指导 前沿研究 面试礼仪ABC 案例 一句称呼换来一份工作 练习与思考第十一章 商务涉外礼仪 第一节 商务涉外礼仪的原则 第二节 不同国家的礼仪原则 第三节 实践指导 前沿研究 涉外交往中的“以人为本” 案例 失败的交往 练习与思考 参考书目

<<商务礼仪>>

章节摘录

插图：第一章 绪论第二节 商务礼仪的特征和作用商务礼仪是指从事商业活动的商务人员在商业交际活动中，为了塑造良好的个人形象和企业形象，而应当遵循的表达相互尊重和友好的礼仪规范或行为准则，它是一种交往的艺术。

简单地概括为商务礼仪是商务活动中对人的仪容仪表和言谈举止的普遍要求。

仪容仪表是指个人的形象，言谈举止是指每一个人在商务活动中的职业表现。

随着中国加入WTO的深入，我国的企业越来越多地参与到世界竞争中去，商业活动越来越全球化，商务礼仪也扮演着越来越重要的角色。

一、商务礼仪的特征商务礼仪是现代礼仪的重要组成部分，它是一般礼仪在商务活动中的具体运用和体现，因而除了具有一般礼仪固有的特征以外，还有其自身的特点。

从宏观上讲，就是尊重为本、善于表达和形式规范，具体表现在以下几点。

1.商务礼仪具有更强的规范性规范者标准也，没有规矩不成方圆。

商务礼仪的规范性，实际上就是强调商务交往是商务人员待人接物的标准做法、标准化要求。

当然，商务礼仪的规范跟其他的规范还是有所区别的。

商务礼仪的规范与法律规范不同，法律约束具有强制性；而商务礼仪的规范是一种舆论约束，是自我约束，不具有强制性。

但是，商务礼仪的这些基本规范如果不遵守，是不合礼仪的，会让人家见笑的。

<<商务礼仪>>

编辑推荐

《商务礼仪》是由复旦大学出版社出版的。

21世纪市场营销“实践型”系列教材的最显著特点在于实践性。

即以培养学生实践能力为目标，以有助于学生能力训练为出发点，使专业理论的实践应用具有很强的可操作性。

教材在以下三个环节上突出实践性特点：1、突出“专业技术”，增强学生的专业技能。

本套教材在每章正文中，使用了“运行操作”、“注意事项”的图标版式，提示教师和学生注意专业知识中的技术性部分，即基本原理应用的操作步骤与方法。

2、注重“实践运用”，锻炼学生的实践能力。

本套教材在每章的最后一节中设计了“实践运用”科目，要求学生把学到的理论知识运用到企业实践中去。

教材对每章的实践应用作了具体指导，提出课业训练任务和要求，安排相应的课业训练内容，制定课业评价标准，提供课业范文，帮助学生完成课业任务。

3、教材“主辅合一”，把主教材、学习指导和学习参考融为一体，其内容编写和体例编排都不同于以往教材，便于教师教、学生学。

设计了6个学习模块，具体使用如下：（1）明确“学习目标和基本概念”；（2）根据“实践操作提示”掌握专业技能；（3）根据“实践运用”指导完成课业任务；（4）根据“前沿研究”资料进行研究、思考；（5）根据“案例分析”资料进行判断、分析；（6）完成布置的“练习题与思考题”。

<<商务礼仪>>

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>