

<<经理人必备商务社交与礼仪知识>>

图书基本信息

书名：<<经理人必备商务社交与礼仪知识>>

13位ISBN编号：9787802284791

10位ISBN编号：7802284791

出版时间：2008-1

出版时间：孙健、赵涛、许进 新世界出版社 (2008-01出版)

作者：孙健，等编

页数：327

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>

<<经理人必备商务社交与礼仪知识>>

内容概要

《经理人必备商务社交与礼仪知识》为该系列丛书中的一本，《经理人必备商务社交与礼仪知识》分商务社交、形象设计以及商务礼仪三篇，主要介绍了人际关系与社交、职场成功与社交、社交与口才、社交困境的突破与化解、塑造个人社交形象的基本要求、形象设计与妆型、形象设计与服饰美、私人交际礼仪、公共活动礼仪、宴会餐饮礼仪、涉外商务礼仪等内容。

企业经营管理的每一项成就都是经理人员的成就，每一项失败也都是经理人员的失败。

中外企业的无数案例都证明了一个结论：经理人员的学习能力、知识视野、理想、献身精神和人格决定着企业的经营管理是否成功。

本系列丛书将为广大经理人搭建出走向成功的知识阶梯。

<<经理人必备商务社交与礼仪知识>>

作者简介

孙健，博士、教授、博士生导师。

1990年以来主持国家自然科学基金等国家级课题4项；获省部级奖5项；在《新华文摘》、《管理世界》、《中国工业经济》、《财贸经济》、《世界经济》、《国际金融研究》、《香港财经月刊》等国家级期刊、海外期刊、国际会议上发表有影响的论文170余篇。

2002年以来，出版管理类图书十余部，包括：《海尔研究系列》、《中华商魂》、《用制度管人》、《按制度办事》等，其中《海尔研究系列》为2002年经管类畅销书，《海尔的管理模式》被《世界经理人资源》杂志评为2002年度中国经理人最应该阅读的50部图书之一。

<<经理人必备商务社交与礼仪知识>>

书籍目录

第一篇 商务社交第1章 人际关系与社交第1节 什么是人际关系第2节 人际关系的心理影响因素第3节 人际交往的心理原则第4节 人际交往的心理需求第5节 准确把握自我交际角色第6节 社会中需要的文明社交风气第7节 克服社交中的不良习气第2章 社交效应与社交定律第1节 首因效应——第一印象是长期交往的基础第2节 近因效应——最近、最新的认识会掩盖以往的评价第3节 晕轮效应——为什么会“以偏概全”、“爱屋及乌”第4节 刻板效应——北方人一定会性情豪爽、胆大正直吗第5节 定势效应——为什么总会用“老眼光”看“新问题”第6节 投射效应——为什么会“以小人之心度君子之腹”第7节 自我暴露定律——一定的自我暴露是给人好感的前提第8节 互惠定律——我们从别人那里得到好处后，感到有义务回报对方第9节 相似定律——我们会因为对方和我们相似而喜欢对方第10节 互补定律——当别人和我们形成互补，我们会喜欢对方第11节 相互吸引定律——我们通常喜欢那些也喜欢我们的人第12节 皮格马利翁定律——热切的期望会使被你期望的人达到你的要求第13节 攀比定律——人们喜欢模仿和攀比别人第14节 以貌取人定律——人们会对容貌美的人更有好感第15节 邻里定律——邻近的人会对我们形成某种感染第16节 情感与理性宣传定律——在宣传中有时诉诸情感更有效，有时诉诸理性更有效第17节 单面和双面宣传定律——单面和双面宣传各有利弊，各有适用的场合第18节 心理控制定律——如无法直接改变，则可间接控制第19节 交往适度定律——人际交往中对别人过好，会对我们不利第20节 欲扬先抑定律——对别人先否定后肯定、先抑后扬，最容易给人好感第21节 情感征服定律——情感有时比利益更能打动人心第22节 换位思考定律——设身处地理解别人能给人很大好感第23节 交际氛围定律——交际氛围的营造有利于交际的成功第24节 讨厌完美定律——完美的人不如有缺点的人可爱第25节 异性定律——两性在一起与同性在一起有很多不同第3章 职场成功与社交第1节 怎样的人受欢迎第2节 让别人感觉你“很成功”的社交技巧第3节 让别人感觉你“可以信赖”的社交技巧第4节 让别人认为你“做事很积极”的社交技巧第5节 让别人感觉你很有才干的社交技巧第6节 增加和别人的亲密感的社交技巧第7节 增强幽默感的社交技巧第8节 获得他人好感的社交技巧第9节 领导喜欢什么样的下属第10节 与不同类型领导相处的社交技巧第11节 坦诚接受领导批评的社交技巧第12节 理解“微妙”的同事关系第13节 学会与同事打交道第14节 面对不同类型同事的社交技巧第15节 职业女性的工作秩序第16节 女性与男同事相处的注意事项第4章 社交与心理第1节 社交高手必善体察人心第2节 了解、尊重、迎合：对待他人的三种态度第3节 培养察言观色的能力第4节 观察人的眼睛——眼神里的心理学第5节 观人术——古人观察人的原则和方法第6节 通过性格了解交际对象第7节 根据交际对象的类型改变交际策略第5章 社交与口才第1节 称呼得体第2节 寒暄得当第3节 如何做自我介绍第4节 介绍他人时应注意的问题第5节 社交场合的常用语第6节 “对不起”的神效第7节 “谢谢”并非客套话第8节 对他人的道谢要答谢第9节 说话要注意方法第10节 学会察言观色第11节 如何进行自我辩解第12节 如何赞美别人第13节 社交场上的知己知彼第14节 投其所好的妙处第15节 和陌生人交谈的社交口才第16节 适时反问的技巧第17节 高超的问话技巧第18节 对答如流的奥秘第19节 巧妙的插话技巧第20节 与人谈话十忌第21节 礼貌中断对方谈话的技巧第22节 言谈中“俘虏”对方的诀窍第23节 有意说错话第24节 让你的语言富有哲理第25节 提意见的艺术第26节 开玩笑的“规则”第27节 打电话的艺术第28节 聊天要聊出名堂来第6章 社交障碍的自我调节第1节 如何克服腼腆第2节 如何克服嫉妒第3节 如何克服猜疑第4节 如何克服偏见第5节 如何改变消极思维第6节 如何远离社交恐惧症第7节 如何战胜孤独第8节 如何克服社交中的庸俗习气第9节 怎样杜绝社交中的轻率态度第10节 如何控制社交中的情绪波动第7章 社交困境的突破与化解第1节 如何选择社交的地点第2节 如何选择社交的时间第3节 如何巧妙地拒绝别人第4节 如何面对别人的指责第5节 如何向别人道歉第6节 如何避免争吵第7节 如何得体地指出别人的缺点第8节 如何批评别人第9节 如何挽回友情第10节 如何解除误会第11节 翻脸后如何重修旧好第12节 面对不必要的邀请如何应答第13节 学会示弱——消除他人不满和嫉妒的妙方第14节 怎样安慰别人——做雪中送炭的人第15节 怎样对付“揭短”第16节 如何化干戈为玉帛第17节 如何面对别人的讥讽第二篇 形象设计第8章 塑造个人社交形象的基本要求第1节 保持仪表整洁第2节 注意重要的细节第3节 做到简约、大方第9章 形象设计与仪态美第1节 手姿美第2节 站姿美第3节 坐姿美第4节 走姿美第5节 行为举止美第10章 形象设计与发型第1节 发型与脸型第2节 发质与发型第3节 穿着与发型的搭配第4节 发型与身材的搭配第11章 形象设计与妆型第1节 为什么需要化妆第2节 了解五官皮肤的特点第3节 化妆需注意四要素

<<经理人必备商务社交与礼仪知识>>

第4节 面部化妆的基本方法第5节 面部肌肤的清洁第6节 不同脸型的化妆技巧第7节 淡妆的使用场合第8节 时尚妆与古典妆第9节 香水与香型第12章 形象设计与五官第1节 鼻型的修饰第2节 唇部的养护第3节 优美唇型的描画及修饰第4节 男子唇部妆饰第5节 脸型与眉型第6节 眼型与眉型第7节 画眉的步骤与技巧第8节 缺陷眉型的修饰第9节 睫毛的修饰第10节 画眼影的技巧第11节 用眼影掩饰眼型的缺陷第12节 男子双眉修整第13章 形象设计与服饰美第1节 服装提升形象的基本原则第2节 商务着装的TPO原则第3节 服饰色彩及寓意第4节 服饰种类概述第5节 外国着装常识第6节 西方传统礼服第7节 鞋袜的穿着原则第8节 选戴帽子的原则第9节 选戴手套的原则第10节 选戴围巾的原则第11节 选戴眼镜的原则第12节 选用提包的原则第13节 项链的佩戴第14节 耳环的佩戴第15节 戒指的佩戴第16节 手镯与手链的选择与佩戴第14章 男士形象设计第1节 男士西装的流派第2节 穿西装的规范第3节 男士西装的选择第4节 中山装的穿着第15章 女士形象设计第1节 职业女装的基本类型之一：套裙第2节 职业女装的基本类型之二：运动式夹克第3节 职业女装的基本类型之三：连衣裙第4节 着裙装的艺术第5节 着旗袍的艺术第6节 女性体型与着装第三篇 商务礼仪第16章 现代社交礼仪的基本知识第1节 你的礼仪价值百万第2节 我们为什么要学礼仪第3节 社交礼仪的分类第4节 社交礼仪的表现形式第5节 社交礼仪的基本原则第17章 私人交际礼仪第1节 社交过程中的注意事项第2节 待客的礼节第3节 做客的礼仪第4节 送客的礼仪和艺术第5节 庆祝诞辰应注意的礼仪第6节 探望病人的礼节第7节 挽臂的礼节第8节 鼓掌的礼节第9节 送花的讲究第10节 花语的寓意第11节 馈赠的礼节第12节 通信礼节第13节 问候礼仪第18章 公共活动礼仪第1节 公共场所的基本礼节第2节 公共活动礼仪禁忌-第3节 乘坐交通工具的礼节第4节 酒店礼节第5节 洗手间的礼节第6节 娱乐应注意的礼节第7节 音乐会礼节第8节 观看文艺演出的礼节第9节 酒吧礼节第10节 舞会的礼节第19章 公务来往礼仪第1节 商务接待中的迎来送往第2节 邀约的礼仪第3节 迎宾礼仪第4节 接待礼仪第5节 公务拜访礼仪第6节 办公室礼仪第20章 商务交谈礼仪第1节 商务交谈的重要原则第2节 谈判礼仪第3节 推销礼仪第4节 商务馈赠礼仪第5节 电话礼仪第6节 手机使用礼仪第7节 电子邮件礼仪第21章 仪式、展会礼仪第1节 商务签字仪式礼仪第2节 涉外商务签字仪式礼仪第3节 开业典礼礼仪第4节 商务剪彩礼仪第5节 商务交接礼仪第6节 商品展览会礼仪第22章 宴会餐饮礼仪第1节 商务宴请礼仪第2节 家宴礼仪第3节 赴宴的礼仪第4节 在西方赴商务宴请的礼仪第5节 中餐礼仪第6节 西餐礼仪第7节 宴会饮酒礼仪第8节 宴会交谈礼仪第9节 饮茶礼仪第10节 饮咖啡礼仪第11节 吃水果的礼仪第23章 国外习俗礼仪第1节 世界各地的主要习俗第2节 世界各地的不同饮食习惯第3节 各国拜访馈赠礼品的礼仪第4节 向外国人送花禁忌第5节 世界各地的不同时间观念第6节 英语姓名小常识第7节 英美法等国姓名的差异第8节 匈日泰缅国人的姓名第24章 涉外商务礼仪第1节 涉外商务礼仪准则第2节 陪同外宾的礼节第3节 邀请外宾的礼节第4节 会见外国贵族时的礼仪第5节 接待外商应做的准备工作第6节 陪同外宾参观礼仪第7节 翻译中应注意的礼节第8节 对美商务礼仪第9节 对日商务礼仪第10节 如何与德国贸易伙伴交往第11节 俄罗斯的礼仪和风俗第12节 教你如何和英国人做生意第13节 法国商务礼仪第14节 加拿大商务礼仪第15节 与韩国人打交道的商务礼仪第16节 丹麦商务礼仪第17节 瑞典商务礼仪第18节 瑞士商务礼仪第19节 匈牙利商务礼仪第20节 泰国商务礼仪第21节 奥地利商务礼仪

<<经理人必备商务社交与礼仪知识>>

章节摘录

第一篇 商务社交第1章 人际关系与社交 第1节 什么是人际关系探析社交的知识和技巧，我们首先应该明确什么是人际关系。

人际关系有广义和狭义之分。

广义上，人际关系是指人与人之间的关系，包括社会中所有的人与人之间的关系，以及人与人之间关系的一切方面。

但此定义没有揭示出人际关系的特殊性。

狭义上，人际关系是指人们在物质交往与精神交流中发生、发展和建立起来的人与人之间的直接的心理关系。

人际关系是社会关系的一个侧面。

从历史上考察，它是同人类起源同步发生的一种极其古老的社会现象，其外延很广，包括亲子关系、夫妻关系、朋友关系、同学关系、师生关系、同事关系等等。

人际关系和社会关系有不可分割的联系：一方面，人际关系是社会关系中较低层次的关系，受生产关系和政治关系的决定和制约；另一方面，人际关系渗透到社会关系的各个方面之中，是社会关系的“横断面”，反过来影响社会关系。

它直接影响着群体内聚力的大小、人们的心理环境和社会环境的好坏。

我们每个人都生活在各种各样现实的、具体的人际关系之中。

第2节 人际关系的心理影响因素人际关系受到认知、情感、人格、能力等四种心理因素和行为举止因素的影响。

认知因素认知因素是人际知觉的结果，包括三个方面，即自我认知、对他人的认知和对交往本身的认知。

对自我的认知会影响人际交往中的自我表现，对他人的认知会左右对他人的态度和行为，对交往本身的认知影响交往的目的、广度和深度。

人际交往是双方彼此满足对方心理需要的过程，不能只考虑自己的满足而忽视对方的需要，否则会引起交往障碍。

媒体关注与评论

未来唯一持久的竞争优势，是你有能力比你的竞争对手学习得更快！
——管理大师彼得·圣吉《第五项修炼》

<<经理人必备商务社交与礼仪知识>>

编辑推荐

《经理人必备商务社交与礼仪知识》从商务社交、形象设计以及商务礼仪三大方面着重论述了社交活动中应遵循与注意的礼仪规范，具有很强的系统完整性和实用有效性。社交礼仪是指人们在人际交往过程中所具备的基本素质、交际能力等。社交礼仪已经成为人们社会生活中不可缺少的内容。通过社交，人们可以沟通心灵，建立深厚友谊，获利支持与帮助；通过社交，人们可以互通信息，共享资源，对事业成功大有裨益。掌握必须的社交与礼仪知识对于提高人们的礼仪修养和个人魅力将起到积极的促进作用。

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>