

## <<应用文写作要义>>

### 图书基本信息

书名：<<应用文写作要义>>

13位ISBN编号：9787810567749

10位ISBN编号：7810567748

出版时间：2003-6

出版时间：中央民族大学出版社

作者：孟建伟

页数：227

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>

## <<应用文写作要义>>

### 前言

应用文章的写作有着自身的规律。

古人“先规矩而后巧”的忠告，以及许多“写家”先“谙技”而后“入道”的成功经验，乃至我们自己多年的教学实践都说明：对于初学应用文写作的人们来说，在头脑中建立起相对规范的写作模式，比起一开始就强行灌输一些哪怕是很系统的知识和很深刻的道理，都显得尤为重要。

因为写作教学的根本目的是授人以“技”而不是授人以“知”。

正是循着这一思想，我们将自己多年的教学积累结撰成册，希望能从技术层面上打开一个操作窗口，读者若能够从设定的“菜单”中根据自己的需要按程序操作，我们的目的也就达到了。

本书的编写原则，概括地说，就是以应用文章多行业使用的“宽口径”要求为编写原则，以基本的写作程序和写作技巧为主要内容，以规范的侧文及其简析为辅助，对常用应用文章写作的操作要领进行简明扼要的阐述。

本书在编写中力图体现出以下特征：一是“以类取法”。

本书以单元的形式，从基本功能和应用行业的角度，将常用应用文分为5大系列（其中财经文书又分为3个类别），便于读者按各个系列的文体共性把握写作要领。

二是“知行合一”。

尽管写作教学的根本目的是“授人以技”，但写作本身又是一种“知行合一”的实践活动。

本书各节以“基本知识点”、“篇章结构及写作内容”、“写作要领”为基本编写内容，目的正是要将写作的这一特点体现出来。

## <<应用文写作要义>>

### 内容概要

《应用文写作要义》的编写原则，概括地说，就是以应用文章多行业使用的“宽口径”要求为编写原则，以基本的写作程序和写作技巧为主要内容，以规范的例文及其简析为辅助，对常用应用文章写作的操作要领进行简明扼要的阐述。

《应用文写作要义》在编写中力图体现出以下特征：一是“以类取法”。

《应用文写作要义》有单元的形式，从基本功能和应用行业的角度，将常用应用文分为5大系列（其中财经文书又分为3个类别），便于读者按各个系列的文体共性把握写作要领。

二是“知行合一”。

尽管写作教学的根本目的是“授人以技”，但写作本身又是一种“知行合一”的实践活动。

《应用文写作要义》各节以“基本知识点”、“篇章结构及写作内容”、“写作要领”为基本编写内容，目的正是要将写作的这一特点体现出来。

三是“宽口径”与“活模块”。

《应用文写作要义》所选的文章种类涉及不同行业和专业，适合各行业人士在工作需要时“学以致用”；各个单元实际上也是不同专业的教学模块，各类院校的各个专业可根据本专业的教学需求自行取舍与组合。

四是“操作示范”。

《应用文写作要义》所选例文，均为体式 and 程序比较规范、技法运用比较典型和娴熟的有较高示范价值的应用文章。

例文后附有操作上的简要提示，便于与前面的写作技术知识相互印证，以加深印象，增强记忆。

## <<应用文写作要义>>

### 书籍目录

绪论一、应用文的分类二、应用文写作的基本特征三、应用文写作的表达方式四、应用文写作的常用句式第一单元 事务文书系列第一节 工作计划第二节 工作总结第三节 简报第二单元 行政公文系列第一节 行政公文概述第二节 通知第三节 通报第四节 报告第五节 请示第六节 函第七节 会议纪要第三单元 财经文书系列（报告类）第一节 市场调查报告第二节 市场预测报告第三节 可行性研究报告第四节 经济活动分析报告第四单元 财经文书系列（契约类）第一节 合同第二节 协议书第三节 意向书第五单元 财经文书系列（告启类）第一节 商业广告文案第二节 商品说明书第三节 商务信函第六单元 旅游文书系列第一节 导游词第二节 自荐信第三节 祝贺 贺词第四节 欢迎词 答谢词

## <<应用文写作要义>>

### 章节摘录

五、消费者对此类产品物理属性的认知情况分析 六、消费者对此类产品的促销、价格及包装的认知分析 1.对“最容易引起注意”的同类产品包装的认知情况 2.对“供销最值得信赖”的同类产品包装认可情况 3.对同类产品包装中“颜色搭配最协调”的认知情况 4.对“图案最好”的同类产品的包装认可情况 5.消费者“单从包装上选择同类产品”的结果 七、目标消费者的媒体接触习惯分析 1.目标消费者经常收看的电视台比例情况 2.目标消费者经常收听的广播电台比例分析 3.目标消费者经常阅读的报纸比例分析 4.目标消费者获得产品的其他渠道 以上两例中,例一为产品调查,报告中内容布局围绕该产品在市场营销中不可避免

的9个方面逐一展开。例二为消费者调查,报告中对调查的样本情况,消费者对产品认知情况、购买使用情况和媒体接触习惯等问题进行有针对性的分析。

3.结尾 通常可以省略。如果需要写,一般为对未来的展望,或再次强调自己的观点。

<<应用文写作要义>>

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>