

# 《商务礼仪与公关》

## 图书基本信息

书名：《商务礼仪与公关》

13位ISBN编号：9787040227017

10位ISBN编号：7040227010

出版时间：2008-1

出版社：徐克美 高等教育出版社 (2008-01出版)

作者：徐克美 编

页数：137

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

## 前言

现代企业对人才的要求日趋多元化和国际化。它要求人才不仅要具有精湛的业务技能，而且还需要具备良好的综合职业素质。在许多情况下，礼仪和公关是塑造个人形象和企业形象的灵魂，是现代商业竞争的重要砝码。礼仪和公关教育已经成为中职学生素质教育的重要内容。本书作为中等职业学校相关专业的必修课程教材，其任务是使中职学生通过学习，掌握成为高素质的劳动者所必需的商务礼仪与公关的基本理论和技能，以提升学生的自身修养和综合素质，增强就业能力。本书以“够用、实效”的原则构建教材体系和内容，在体例、体系、形式和内容上进行了大胆的创新，针对中职学生的培养目标而编排，突出应用能力的培养，注重了科学性、系统性和实用性的统一。本书共分两个部分、八个单元：第一部分商务礼仪，包括商务形象礼仪、商务见面礼仪、商务场合礼仪和商务客户礼仪四个单元；第二部分商务公关，包括企业形象设计、商务新闻传播、商务专题活动和商务危机处理四个单元。全书的每一部分都设计了思维导图，采用项目任务式教学，将总体任务细化成多个子任务，便于学生对全书的技能学习和整体把握。本书在撰写形式上，图文并茂，增强了可视性和可读性，引发学生深入思考，开启心智。教材中引用典型案例，增强学生的感受和体验。每一单元设计了“任务设定”、“情景创设”、“想一想”、“小贴示”、“特别提醒”、“动一动”、“案例点拨”等栏目。通过“任务设定”栏目，使学习者在学习单元内容之前就能明确应知应会的理论知识和必备技能；通过“情景创设”栏目，引发学习者学习的兴趣，产生共鸣；通过“案例点拨”栏目，对“情景创设”栏目中的问题进行解释；通过“小贴示”、“特别提醒”栏目，摘录相关小知识，开拓学习者的视野；通过“动一动”栏目，使学习者能够进行自我体验，检测知识的掌握情况；通过“想一想”栏目，促使学习者做进一步的思考。此外，通过回顾总结，使学习者能够把握本单元所设计的要点和规范，深化对本单元知识点的理解和落实；通过实践探索，使学生综合能力得以培养和提高。本书由徐克美担任主编，负责全书的统稿和定稿工作，周岚担任副主编，程志俊负责审定工作。参加本书编写的人员具体分工如下：第一单元，周岚执笔；第二、三单元，林栩臻执笔；第四单元，张晓晨执笔；第五单元，姜婷婷执笔；第六单元，欧阳洁执笔；第七单元，陈红执笔；第八单元，厉珺执笔。本书配有学习卡，可从网站（<http://sve.hep.com.cn>）上“德育与素质教育”板块中的“礼仪规范教程”网络课程中获得更多教学资源，同时具有防伪功能（用封底下方的防伪码，按照本书最后一页“郑重声明”下方的使用说明进行操作）。由于采用新的编写方式，加上水平及经验有限，不足之处在所难免，敬请专家、读者批评指正。

# 《商务礼仪与公关》

## 内容概要

《商务礼仪与公关》是中等职业学校财经商贸类专业教学用书。全书以“够用、实效”的原则构建教材体系和内容，突出应用能力的培养，注重科学性、系统性和实用性的统一。《商务礼仪与公关》共分两个部分、八个单元，分别是：第一部分商务礼仪，包括商务形象礼仪、商务见面礼仪、商务场合礼仪和商务客户礼仪四个单元；第二部分商务公关，包括企业形象设计、商务新闻传播、商务专题活动和商务危机处理四个单元。全书采用项目任务式教学，将总体任务细化成多个子任务，使中职学生通过学习，掌握成为高素质的劳动者所必需的商务礼仪与公关的基本理论和技能，以提升自身修养和综合素质，增强就业能力。

《商务礼仪与公关》可作为中等职业学校相关专业的必修课程教材，也可作为实际岗位工作人员的培训用书和学习参考书。

# 《商务礼仪与公关》

## 书籍目录

第一部分 商务礼仪第一单元 商务形象礼仪第一主题 仪态礼仪第二主题 服饰礼仪第三主题 仪容礼仪 第四主题 言谈礼仪 第二单元 商务见面礼仪第一主题 介绍礼仪 第二主题 握手礼仪 第三主题 赠接名片礼仪 第四主题 馈赠礼仪 第三单元 商务场合礼仪第一主题 宴请礼仪 第二主题 洽谈礼仪 第三主题 会务礼仪 第四主题 旅行礼仪 第四单元 商务客户礼仪第一主题 接待客户礼仪第二主题 邀约礼仪 第三主题 拜访礼仪 第四主题 受理投诉礼仪 第二部分 商务公关第五单元 企业形象设计第一主题 企业理念设计第二主题 视觉效果设计第三主题 行为识别设计第四主题 企业形象管理第六单元 商务新闻传播第一主题 新闻传播种类第二主题 新闻媒介选择第三主题 新闻事件制造第四主题 新闻策划技巧第七单元 商务专题活动第一主题 展览会第二主题 庆典活动第三主题 公益赞助第四主题 商务谈判第八单元 商务危机处理第一主题 危机预防第二主题 危机处理原则第三主题 危机处理程序第四主题 危机品牌重塑参考文献

## 章节摘录

插图：在社会交往中，免不了要结识新的朋友，这可以通过“介绍”来实现。介绍，是指从中沟通，使双方建立关系。介绍和被介绍，是一种经常被采用的社交形式。介绍的作用，不仅在于帮助扩大社交的圈子，消除不必要的误会，而且还能缩短人们之间的距离。一、自我介绍在许多社交场合，往往为了有意去接触某人，或为了多结交一些朋友，需要主动趋前把自己介绍给对方，这就是自我介绍。一般情况下，要掌握自我介绍的艺术，必须注意以下几个方面的问题。（一）自我介绍要寻找适当的机会要想使自我介绍取得成功，使自己能够给对方留下深刻的印象，并使其对自己产生好感，首先应考虑当时的特定场合是否适宜进行自我介绍。显然，若是对方正忙于工作，或是正与他人交谈，或是大家精力集中在某人或某件事情上的时候，作自我介绍有可能打断对方，效果一定不会太好。如发现对方心情欠佳，或疲惫不堪时，也不应上前打扰。如果对方一个人独处，或春风得意之时，他对你的自我介绍不仅能认真倾听，而且肯定会有良好的反应。此外，在大家闲谈的时候，或出现冷场的时候，抓住时机进行自我介绍，这样，在场的人就不会觉得很唐突，而会很乐意接受你的自我介绍。（二）必须镇定而充满信心自我介绍时，介绍者就是当事人，其基本程序是先向对方点头致意，得到回应后再向对方报出自己的姓名、身份、单位及其他有关情况，语调要热情友好，充满自信，眼睛要注视对方。如“您好，我是湖南湘潭××集团的业务员。”同时递上事先准备好的名片。要自然、大方，不要扭扭捏捏。一般人们对于自信的人会另眼相看，如果你充满信心，对方自然会对你产生好感。如自我介绍时流露出羞怯心理，会使人感到你不能把握好自己，可能会使对方对你有所保留，彼此之间的沟通便有了障碍。（三）根据不同的交往目的，注意介绍内容的繁简自我介绍的内容，指的是自我介绍时所表述的主体部分，即在自我介绍时表述的具体形式。商务场合自我介绍的内容大体由三个要素构成：本人姓名全称、本人供职单位、本人职业（职务）。要素简明扼要，能使他人对你初步有所认识。一般的自我介绍大都需要将三者一气呵成地报出来。须强调的是初次见面时的自我介绍，本人姓名一定要报全称，否则随便一句“叫我小张好了”，就明显地带有不愿进一步深谈，拒人于千里之外的意思。

# 《商务礼仪与公关》

## 编辑推荐

《商务礼仪与公关》是高等教育出版社出版。

# 《商务礼仪与公关》

## 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：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)