

《商务公关与礼仪》

图书基本信息

书名：《商务公关与礼仪》

13位ISBN编号：9787512108059

10位ISBN编号：7512108052

出版时间：2012-1

出版社：徐美萍 北京交通大学出版社 (2012-01出版)

作者：徐美萍

页数：301

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

《商务公关与礼仪》

内容概要

徐美萍主编的《商务公关与礼仪》是校企合作的成果，以现代、实用、创新为特色，较为全面地介绍了商务公关和商务礼仪的基本知识。全书语言简洁，具有较强的操作性，内容涉及商务公关概论、商务公关信息调查、商务公关策划、商务公关的实施与评估、商务公关媒介、商务人员个人形象礼仪、商务交往礼仪、商务专题活动礼仪、商务餐饮礼仪、世界各国各地商务礼仪礼俗。每章节中都安排有学习目标、案例导入、商务公关与礼仪的具体操作内容、要点回放、复习思考题、阅读分析讨论、实训练习与操作、阅读平台等。

《商务公关与礼仪》可作为高职高专相关专业学习使用，也可作为商务人员自学商务公关与礼仪知识提供参考。

《商务公关与礼仪》

书籍目录

第1章 商务公关概论	1.1 公共关系的演变及商务公关的基本概念	1.1.1 公共关系的起源与发展	1.1.2 商务公关活动和商务公关状态	1.1.3 商务公关在企业管理与市场营销中的地位和作用	1.2 商务公关的职能与特征	1.2.1 商务公关的职能	1.2.2 商务公关的特征	1.3 公众	1.3.1 公众的特征	1.3.2 公众的分类	1.3.3 公众的心理特征															
第2章 商务公关信息调查	2.1 商务公关信息调查的基本内容与要求	2.1.1 商务公关信息调查的基本内容	2.1.2 商务公关信息调查的基本要求	2.2 商务公关信息调查的基本方法与方式	2.2.1 商务公关信息调查的基本方法	2.2.2 商务公关信息调查的基本方式	2.3 商务公关信息处理	2.3.1 资料的整理	2.3.2 编写调查报告																	
第3章 商务公关策划	3.1 商务公关策划的含义、特征与意义	3.1.1 商务公关策划的含义	3.1.2 商务公关策划的特征	3.1.3 商务公关策划的意义	3.2 商务公关策划的内容与程序	3.2.1 确立目标	3.2.2 公众研究	3.2.3 选择传播媒介	3.2.4 确定时间和空间	3.2.5 商务公关活动的经费预算	3.2.6 审定方案	3.3 商务公关策划方法和技巧	3.3.1 创造性思维的基本特性	3.3.2 常用的创造性思维方法	3.3.3 商务公关策划技巧											
第4章 商务公关的实施与评估	4.1 传播与沟通	4.1.1 传播	4.1.2 沟通	4.2 商务公关的实施	4.2.1 商务公关实施的内容	4.2.2 商务公关实施的原则	4.2.3 实施过程计划的修订和干扰的排除	4.3 商务公关的评估与方法	4.3.1 商务公关评估的意义	4.3.2 商务公关评估的基本程序	4.3.3 商务公关的评估标准	4.3.4 商务公关活动评估方法														
第5章 商务公关媒介	5.1 商务公关媒介及其内容	5.1.1 大众传播媒介	5.1.2 言语媒介	5.1.3 实物媒介	5.1.4 人体媒介	5.2 商务公关组织与新闻媒介的关系	5.2.1 良好媒介关系的重要意义	5.2.2 处理媒介关系的原则	5.2.3 处理媒介关系的技巧与方法	5.3 发挥新闻媒介的作用	5.3.1 新闻媒介的选择	5.3.2 策划具有新闻价值的事件														
第6章 商务人员个人形象礼仪	6.1 服饰礼仪	6.1.1 服饰穿着的原则	6.1.2 服饰色彩选择应考虑的因素	6.1.3 着装规范	6.2 仪容礼仪	6.2.1 头发等方面的要求	6.2.2 面部的要求	6.2.3 面部清洁技能	6.2.4 不同脸型的化妆技巧	6.3 仪态礼仪	6.3.1 标准站姿	6.3.2 标准坐姿	6.3.3 标准行姿	6.3.4 手势礼仪	6.3.5 鞠躬	6.3.6 致意	6.3.7 微笑	6.4 语言礼仪	6.4.1 语言礼仪	6.4.2 交谈技巧	6.4.3 倾听技巧					
第7章 商务交往礼仪	7.1 称呼与介绍礼仪	7.1.1 称呼礼仪	7.1.2 介绍礼仪	7.2 握手礼仪	7.2.1 握手的基本姿势	7.2.2 握手的顺序	7.2.3 握手的注意事项	7.3 名片礼仪	7.3.1 名片的内容	7.3.2 名片的用途	7.3.3 名片的使用礼仪	7.4 电话礼仪	7.4.1 接听电话的礼仪	7.4.2 拨打电话的礼仪	7.4.3 移动电话礼仪	7.5 商务接待礼仪	7.5.1 接待前的准备工作	7.5.2 迎接宾客的礼仪	7.5.3 接待与陪同的礼仪	7.6 商务拜访礼仪	7.6.1 拜访前的准备礼仪	7.6.2 拜访中的礼仪	7.7 网络礼仪	7.7.1 网络礼仪的规则	7.7.2 电子邮件礼仪	7.7.3 保密和“防毒”、“防黑”
第8章 商务专题活动礼仪	8.1 商务会议礼仪	8.1.1 会议计划的制订	8.1.2 会议通知及回执	8.1.3 会场的选择及布置	8.1.4 会场服务及会后工作安排	8.2 开业仪式礼仪	8.2.1 筹备开业仪式	8.2.2 场地布置工作	8.2.3 开业仪式程序	8.3 谈判与签字仪式礼仪	8.3.1 谈判人员的个人礼仪	8.3.2 谈判地点的选择与座次安排	8.3.3 商务谈判接待礼仪	8.3.4 签字仪式礼仪	8.4 新闻发布会礼仪	8.4.1 新闻发布会筹备的礼仪	8.4.2 新闻发布会的人员安排	8.4.3 新闻发布会的礼仪	8.5 展览会礼仪	8.5.1 展览会的分类	8.5.2 组织展览会的礼仪					
第9章 商务餐饮礼仪	9.1 饮用茶与咖啡礼仪	9.1.1 饮茶礼仪	9.1.2 喝咖啡的礼仪	9.2 饮酒礼仪	9.2.1 酒的分类	9.2.2 饮酒的礼仪	9.2.3 饮酒礼仪的注意事项	9.3 中餐礼仪	9.3.1 宴请“五M”法则	9.3.2 中餐的席位安排	9.3.3 中餐餐具的使用礼仪	9.3.4 中餐上菜顺序	9.3.5 中餐就餐礼仪的注意事项	9.4 西餐礼仪	9.4.1 西餐的座次	9.4.2 西餐餐具的使用礼仪	9.4.3 西餐的上菜顺序	9.4.4 西餐礼仪的要求	9.5 自助餐礼仪							
第10章 世界各国各地商务礼仪礼俗	10.1 我国一些少数民族的礼仪	10.2 世界一些国家的礼仪习俗	10.2.1 英国	10.2.2 日本	10.2.3 南非	10.2.4 美国	10.2.5 澳大利亚参考文献																			

《商务公关与礼仪》

编辑推荐

徐美萍主编的《商务公关与礼仪》在编写体例和形式上进行了创新，突出应用性、针对性和实践性的编写原则，反映当前教学的新内容，在兼顾理论和实践内容的同时，避免“全”而“深”面面俱到，基础理论以应用为目的，贯彻“实用为主、必须和够用为度”的教学原则，基本知识采用点到为止，基本技能贯穿教学的始终，尽量体现新知识和新方法，以利于学生综合素质的形成和科学思维方式与创新能力的培养。每一章都设计了学习目标、案例导入、要点回放、过关斩将、实训练习与操作、阅读平台，具体内容中还有很多知识链接、小贴士、小思考、小测试等，便于强化学生对知识的理解和技能的掌握，并通过大量的图片和典型案例，增强学生的感性认识，引发学生进一步的思考。

《商务公关与礼仪》

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：www.tushu000.com