

<<商务文案示例与训练>>

图书基本信息

书名：<<商务文案示例与训练>>

13位ISBN编号：9787040226478

10位ISBN编号：7040226472

出版时间：2009-6

出版范围：高等教育

作者：柳胜辉

页数：98

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>

## <<商务文案示例与训练>>

### 前言

规范的商务文案在企业中可以传递准确的信息,进行有效的沟通,使企业各项繁琐的事务变得简单,使杂乱的业务变得有序。

企业蓬勃发展的时代早已到来,企业工作人员必须不断提高自身素质,紧跟时代潮流,面向市场,努力学习适合现代企业发展的文案规范。

我们从企业的实际需要出发,参照专业、实用、新颖的文案范例,汇集了企业各种常用文案写作规范和范例,编写了这本《商务文案示例与实训》教材,旨在培养和提高职业院校学生的应用写作能力。

本书着重介绍在书写文案时要注意的事项及要领。

具体来说,本书有如下特点:(1)突出商务写作的实用性和实效性。

不追求理论深度或学科知识的严密性,讲求写作知识的可用性和可操作性。

(2)训练过程中强调学生综合能力,如口语表达能力、沟通能力、协作意识的培养,让学生在轻松愉快的学、练过程中提高商务文案写作水平。

(3)互动仿真度高。

本书重视学生应用写作实践的针对性和有效性,每一文种训练都假设在一个真实环境中进行。

全书分8个专题,主要包括计划文案、调研文案、招投标文案、广告文案、商务信函、会议文案、合同文案、管理文案等共23个文案。

每一文案专题均由概念解释、撰写技巧、格式和内容、注意事项、文案示例、文案训练组成。

本书配有多媒体教学课件,主要由知识讲解、文案范本、教学示范、训练习题、学习资料等部分组成。

本书由武汉市财政学校高级讲师柳胜辉任主编,锦州财经学校高级讲师李莉、秭归职教中心高级讲师周晓红、贵州财政学校讲师刘搜、内蒙古财经大学讲师周智东参加了编写。

本书由江汉大学语言应用研究所所长潘世松教授审阅。

本书在编写过程中,得到了武汉市财政学校、锦州财经学校、秭归职教中心、贵州财政学校、内蒙古财经大学的大力支持,同时,也参考了有关教材和专著,在此一并表示衷心感谢。

由于时间仓促,编者水平有限,编写过程中难免存在疏漏和不足之处,敬请读者批评指正。

## <<商务文案示例与训练>>

### 内容概要

《商务文案示例与训练》是教育部职业教育与成人教育司推荐教材配套用书，是财经商贸类职业培训用书。

《商务文案示例与训练》从企业的实际需要出发，参照专业、实用、新颖的文案范例，汇集了企业经营中各种常用文案写作规范和范例。

全书共分8个专题，主要包括计划文案、调研文案、招投标文案、广告文案、商务信函、会议文案、合同文案、管理文案等23个文案。

每一文案专题均由概念解释、撰写技巧、格式和内容、注意事项、文案示例、文案训练组成。

《商务文案示例与训练》配有多媒体教学课件，主要由知识讲解、文案范本、教学示范、训练答案等部分组成。

《商务文案示例与训练》既可作为职业院校财经商贸类专业应用写作课程的教学用书，也可作为企业相关工作人员的培训用书。

<<商务文案示例与训练>>

书籍目录

1 计划文案1.1 商业计划书1.2 销售计划书1.3 促销方案2 调研文案2.1 市场调查问卷2.2 市场调研报告2.3 可行性研究报告3 招投标文案3.1 招标申请书3.2 投标申请书3.3 投标书4 广告文案4.1 广告策划书4.2 广告文稿4.3 商务说明书5 商务信函5.1 询价函与报价函5.2 议价函与订购函5.3 索赔函与理赔函6 会议文案6.1 会议日程6.2 会议记录6.3 会议简报7 合同文案7.1 商品买卖合同7.2 协议书8 管理文案8.1 通知8.2 通报8.3 报告8.4 函8.5 客户管理办法参考文献

## <<商务文案示例与训练>>

### 章节摘录

1.标题 标题一般由企业名称或项目名称加上“商业计划书”构成。

在商业计划书的制作中，标题和企业基本信息是扉页的主要内容。

2.正文 正文主要包括如下内容： (1) 执行摘要。

执行摘要是商业计划书的要点介绍。

执行摘要的长度通常以2~3页为宜，内容力求精练，重点阐明公司的投资重点，尤其是相对于竞争对手的优势之处。

投资者如果对执行摘要中的内容有兴趣，才会接着去阅读其他内容。

执行摘要作为商业计划书中最重要的一部分，一般在撰写商业计划书的最后进行编写。

(2) 公司描述。

企业描述包括：企业的历史、当前地位、战略和未来计划。

企业还需要在商业计划书中阐明通过具体的战略规划可以建立起利润可观的业务。

(3) 产品和服务。

在这一部分中，主要是对企业现有产品和服务的性能、技术特点、典型客户、盈利能力等的陈述，以及对未来产品研发计划的介绍。

另外，对专利等级、版权等内容的描述也非常重要，对市场进入壁垒的分析说明也是相当关键的。

(4) 市场分析。

这一部分应该界定企业的市场、行业、现在和潜在的购买者与竞争者。

商业计划书应该阐释市场中的关键影响因素，弄清楚购买决策的制定过程，还应该对“市场是怎样细分的，企业计划拥有的市场份额，以及预想采用何种防御战略来保持竞争优势”这些问题做出回答。

商业计划书的这一部分的撰写越具体越好，要以那些可信度高、已经证实的数据为依据。

市场调研应当包括对企业所在行业、潜在客户的详细分析。

行业数据应当包括行业市场规模、近期技术进步、政策规定及未来发展趋势等方面。

顾客调查应包括潜在顾客数量、平均购买率及购买决策者的行为分析等信息。

这一调查可以推动销量预测和定价策略的开展，而这些策略与销售渠道等战略是紧密联系的。

最后对企业将要占领的目标市场的份额做出评价。

(5) 营销战略与实施计划。

拥有了优质的产品和良好的市场机遇，还需要一个切实可行的营销战略和实施计划来配合，才能保证最后的成功。

营销战略与实施计划应该讨论市场调研的结果，并对产品或服务的价值进行分析，提出可行的计划。

商业计划书中的这一部分内容的主要目的是使投资者确信这一市场是可被开发和渗透的。

(6) 组织管理概要。

一个稳定团结的核心团队可以帮助企业渡过种种难关，是企业最宝贵的资源。

很多潜在投资者把管理团队视为一份商业计划书获得成功的最关键因素。

## <<商务文案示例与训练>>

### 编辑推荐

《商务文案示例与训练》是教育部职业教育与成人教育司推荐教材配套用书、财经商贸类职业培训用书。

<<商务文案示例与训练>>

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>