

<<商务交流>>

图书基本信息

书名：<<商务交流>>

13位ISBN编号：9787300160429

10位ISBN编号：7300160425

出版时间：2012-8

出版时间：中国人民大学出版社

作者：莫林虎 编

页数：269

字数：409000

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>

## <<商务交流>>

### 内容概要

《商务交流(第2版21世纪高等继续教育精品教材)》由莫林虎主编，商务交流在商务活动中具有重要作用，国外许多著名大企业都对商务交流给予了高度重视。

《商务交流(第2版21世纪高等继续教育精品教材)》有效吸收了国内商务交流最新研究成果和实务经验

。针对中国商务交流的实践需要，编写了这本适合中国学生学习需要的商务交流教材。

本教材与国内同类教材相比。

有着自身突出的特点：多个学科融合、融会贯通；实务性与操作性强；配套丰富资源。

满足教学需要。

#### 作者简介

莫林虎教授，1964年生于广西桂林。

中央财经大学文化与传媒学院副院长，新闻系主任，财经新闻研究所执行所长，出版经济发展研究中心主任，教授，媒体经济硕士生导师。

长于财经新闻研究和出版产业研究，有30余篇论文发表。

## &lt;&lt;商务交流&gt;&gt;

## 书籍目录

- 第一章 商务交流概述
  - 第一节 商务交流简介
  - 第二节 商务交流的管理功能
  - 第三节 商务交流的分析工具及其发展趋势
- 第二章 人际交流
  - 第一节 人际交流的特点与功能
  - 第二节 人际交流在中国社会中的特殊作用
  - 第三节 人际交流的原则
  - 第四节 人际交流的障碍
  - 第五节 人际冲突的处理
- 第三章 组织交流
  - 第一节 组织交流的特点与功能
  - 第二节 组织内部信息交流
  - 第三节 组织外部信息交流
  - 第四节 影响组织交流的因素
  - 第五节 会议管理
- 第四章 面向大众媒体的商务交流
  - 第一节 面向大众媒体的商务交流与舆论导向
  - 第二节 日常工作中面向大众媒体的商务交流
  - 第三节 危机管理中面向大众媒体的商务交流
  - 第四节 网络商务交流
- 第五章 倾听
  - 第一节 倾听概述
  - 第二节 影响倾听效果的因素
  - 第三节 有效倾听的技巧
- 第六章 口头交流
  - 第一节 口头交流的特点与功能
  - 第二节 成功面谈的技巧
  - 第三节 面试技巧
  - 第四节 成功演讲的技巧
  - 第五节 电话交流技巧
- 第七章 书面交流
  - 第一节 书面交流概述
  - 第二节 商务写作的基本原则
  - 第三节 常用商务文书写作技巧
  - 第四节 商务书面交流的写作策略
- 第八章 非语言交流
  - 第一节 非语言交流概述
  - 第二节 非语言交流在商务交流中的应用
- 第九章 商务谈判技巧
  - 第一节 商务谈判概述
  - 第二节 商务谈判策略与技巧
- 第十章 跨文化商务交流
  - 第一节 跨文化商务交流的模式与特点
  - 第二节 跨文化商务交流中的语言交流和非语言交流

第三节 跨文化商务交流中的障碍与对策  
参考文献

#### 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>