

<<商务沟通>>

图书基本信息

书名：<<商务沟通>>

13位ISBN编号：9787301107867

10位ISBN编号：7301107862

出版时间：2006-8

出版时间：北京大学出版社

作者：彭于寿

页数：275

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>

<<商务沟通>>

内容概要

《21世纪全国高职高专财经管理类规划教材：商务沟通》系统、全面地阐述了沟通的基本原理，紧密结合中国的商务环境介绍了商务沟通的各种手段和方法，以及商务组织的各项沟通活动；内容涵盖了商务沟通活动的大多数领域，且信息量大，体系新颖，案例丰富、经典，内容实用。

《21世纪全国高职高专财经管理类规划教材：商务沟通》每章均附有思考题、实训题和案例分析题，帮助读者掌握商务沟通的基本技能，切实解决商务活动的沟通问题，提升读者的沟通艺术。

《21世纪全国高职高专财经管理类规划教材：商务沟通》可作为高职高专商科各专业的教材，也可作为企业管理人员以及实践岗位上的商务人员的培训、自学用书。

<<商务沟通>>

书籍目录

第一章 沟通基本原理 第一节 什么是沟通 一、沟通的定义 二、沟通的类型 三、沟通的基本要素
 第二节 沟通媒介 一、面对面沟通 二、书面沟通 三、电子网络媒介沟通 第三节 沟通障碍与有效沟通 一、沟通障碍 二、有效沟通的原则 第四节 商务沟通 一、什么是商务活动 二、什么是商务沟通 三、商务组织内部沟通的作用 四、商务组织外部沟通的作用 第五节 小结 第六节 复习思考题
 第二章 自我沟通 第一节 自我认识与分析 一、自我认识 二、自我分析 第二节 自我沟通过程 一、自我概念 二、自我形象 三、自尊 四、心理风险 五、自我沟通的特点 第三节 情绪的自我调节 一、各种不同的情绪状态 二、情绪调节技巧 第四节 自我沟通艺术 一、认识自我 二、提升自我 三、超越自我 四、自我暗示 五、自我沟通的误区 第五节 小结 第六节 复习思考题
 第三章 人际沟通 第一节 人际关系 一、影响人际关系的核心因素——情商 二、人际关系的三种基本需要及六种取向 三、人际关系的特点 四、相互关系的建立与破裂 第二节 人际沟通艺术 一、人际交往的原则 二、人际交往基本技巧 三、人际沟通艺术 第三节 中国特色的人际关系 一、中国传统人际关系特点 二、当代中国人际关系变化趋势 三、人际关系误区 第四节 小结 第五节 复习思考题
 第四章 商务语言沟通 第一节 商务语言沟通基础 一、商务语言沟通的原则 二、陈述 三、提问 四、倾听 第二节 商务活动中的体态语言沟通 一、体态语言的特点 二、几种主要的体态语言 三、体态语言在商务沟通中的运用 第三节 商务演讲 一、演讲前的准备 二、开场白 三、演讲过程 四、结尾 第四节 小结 第五节 复习思考题
 第五章 商务写作 第一节 商务写作基础 一、商务写作的两种形式 二、商务写作所表达的信息 三、商务写作的基本文体 四、商务写作的基本要求 第二节 商务公文 一、公文写作的一般规范 二、通告、通知、通报 三、商务信函、商务信息 四、商品说明书、商品广告 第三节 商务报告 一、市场调查报告 二、市场预测报告 三、经济活动分析报告 四、可行性研究报告 第四节 小结 第五节 复习思考题
 第六章 商务礼仪 第一节 商务礼仪概述 一、商务礼仪的内涵 二、商务礼仪的作用 第二节 商务活动中的一般礼仪 一、仪表礼仪 二、着装礼仪 第三节 商务活动中的应酬礼仪 一、见面礼仪 二、电话礼仪 三、餐饮礼仪 四、座次礼仪 五、交谈礼仪 第四节 小结 第五节 复习思考题
 第七章 商务组织内部沟通 第一节 团队沟通 一、团队类型和高效团队的特征 二、团队精神 三、团队的有效沟通 四、有效处理团队冲突 第二节 与上司沟通 一、领导行为方式分析 二、领导性格分析 三、如何与上司沟通 第三节 与下属的沟通 一、与下属沟通的意义 二、与下属沟通的环节 三、与下属沟通的方法 四、批评下属的艺术 第四节 小结 第五节 复习思考题
 第八章 商务组织外部沟通 第一节 与大众媒介沟通 一、大众传播媒介简介 二、媒体关系管理 三、与媒体沟通的策略 第二节 与政府沟通 一、现阶段我国的政企关系 二、企业与政府沟通的策略 三、中国企业与政府沟通存在的误区 第三节 跨文化沟通 一、跨文化沟通概述 二、影响跨文化沟通的主要因素 三、跨文化沟通障碍的主要表现 四、多元文化团队的有效沟通方法 五、跨国企业的跨文化沟通策略 第四节 小结 第五节 复习思考题
 第九章 客户沟通 第一节 客户服务与沟通 一、客户服务 二、服务水平与客户沟通 第二节 客户沟通策略 一、与直接客户沟通的策略 二、与中间商客户沟通的策略 三、与客户沟通的其他策略 四、客户沟通中的电话接听技巧 五、客户沟通中拒绝的技巧 第三节 客户投诉处理技巧 第四节 小结 第五节 复习思考题
 第十章 商务谈判 第一节 商务谈判概述 一、什么是商务谈判 二、商务谈判的原则 第二节 商务谈判策略 一、计划与准备策略 二、谈判进程策略 三、价格谈判策略 第三节 商务谈判各阶段的沟通 一、开局阶段的沟通 二、中局阶段的沟通 三、结束阶段的沟通 第四节 商务谈判的语言和行为沟通艺术 一、语言沟通艺术 二、行为沟通艺术 第五节 小结 第六节 复习思考题
 第十一章 公共关系危机沟通 第一节 公共关系概述 第二节 公共关系危机 一、公共关系危机的含义 二、公关危机的类型 三、公关危机的特征 四、公共关系危机的成因 第三节 公共关系危机发展的不同阶段及处理策略 一、公关危机发展的三个阶段 二、公关危机不同阶段的处理策略 三、公关危机处理的原则 四、公众沟通技巧 第四节 组织公关危机管理中传播沟通工作的实施 一、树立危机意识 二、通过模拟训练来进行危机应对措施的宣传 三、及时探测和传递危机信息 四、迅速开放信息传播渠道 五、有效控制新闻传播走向 六、危机处理中谣言的应对 七、组织危机管理中传播工作应避免的几种错误倾向 第五节 小结 第六节 复习思考题
 第十二章 电子商务沟通 第一节 电子商务概述 一、电子商务的定义 二、电子商

<<商务沟通>>

务与传统商务模式的比较 三、电子商务应用概况 第二节 电子商务的分类及模式 第三节 商务的一般交易过程 第四节 电子商务沟通的特点和要求 一、电子(网络)沟通的特点 二、电子商务对技术层面的要求 第五节 不同模式下的电子商务沟通 一、网络营销沟通 二、网上客户服务沟通 三、网络广告沟通 四、网络调查 五、网络博客 第六节 小结 第七节 复习思考题参考文献

<<商务沟通>>

编辑推荐

本书系统、全面地阐述了沟通的基本原理。

该书在编写过程这注重结合中国文化背景和中国独特的商务环境下的商务沟通技巧，力图使学生所掌握的商务沟通艺术能够真正在中国商务环境下得到实际应用。

本书内容实用，信息量大，体系新颖，案例丰富、经典，可作为高职高专商科各专业的教材，也可作为企业管理人员以及实践岗位上的商务人员的培训、自学用书。

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>