

<<商务礼仪>>

图书基本信息

书名：<<商务礼仪>>

13位ISBN编号：9787811245202

10位ISBN编号：7811245205

出版时间：2009-1

出版时间：北京航空航天大学出版社

作者：杜岩 主编

页数：218

字数：330000

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>

<<商务礼仪>>

前言

市场竞争首先是一种形象竞争，礼仪是关乎组织和个人形象塑造的重要内容。

从某种意义上说，礼仪比智慧和学识更为重要。

如果每一个人都能够做到待人接物时知书达礼、着装得体、举止文明、谈吐高雅、彬彬有礼，那么，有关的组织和个人就会赢得社会的信赖、认同和支持。

反之，如果言语粗鲁、衣冠不整、举止失态、待人接物时冷若冰霜或傲慢无礼，就会有损组织和个人形象，有关企业就会失去顾客，失去市场，在竞争中处于不利的地位。

随着社会经济的发展，商务人士对商务礼仪的知识需求越来越迫切。

我们经过对大量有关礼仪学资料的搜集、筛选、提炼后，编写出这部商务礼仪教材。

本书在规范性、实用性的基础上突出了以下几点：第一，突出了商务礼仪理论的研究内容，这部分着重分析了礼仪表象下的理论根基，不仅能使读者从历史、文化、心理的层面更深刻地理解商务礼仪的渊源与发展，树立礼仪理念，而且能从礼仪文化典籍与相关学科的关系中探寻到学习商务礼仪的方法和思路；第二，把多数同类书中讲授社交礼仪的见面礼、称谓礼仪、名片礼仪、介绍礼仪、电话礼仪、公共礼仪等内容纳入到商务礼仪的体系中，使本教材的内容体系更加完整、全面、合理；第三，为适应全球经济一体化的形势需要，使商务工作者在商务礼仪方面与国际惯例接轨，本书最后增写了国际商务礼仪的内容。

本书旨在使读者通过学习，能够在任何商务场合与环境下都能应用自如，成为一个商务礼仪高手，同时对提高自身的综合素质及修养也有极大的帮助。

本书由杜岩主编，李静、王鹏、高雁为副主编。

参加本书编写的有：山东经济学院杜岩（第一、七章）；河北农业大学李静（第五章）；河北农业大学杜英娜（第六章）；山东经济学院王鹏（第四、八章）；山东经济学院高雁（第二、三章）。

山东经济学院工商管理学院研究生张玉恒、程永运参与了搜集材料和部分章节编写。

本书既可作为管理类或者相关专业高等院校的本、专科学生的教材和参考书，也可作为在职培训、企业内培的教科书，以及参与商务活动人员或工商管理人员的自学参考书。

本书编写过程中，参阅了大量的相关文献资料，限于篇幅只列出了主要参考书目，在此，谨向有关作者表示真诚的感谢！

由于作者水平有限，书中难免存在瑕疵，敬请读者和专家学者不吝赐教，以便今后的修正和完善。

<<商务礼仪>>

内容概要

本书坚持理论与实践的结合，全面、系统地说明商务礼仪内涵与外延。

从历史、文化、心理层面阐述商务礼仪的渊源与发展；分析商务礼仪与相关范畴的联系与区别；站在商务人员形象塑造的角度介绍商务礼仪实务规范。

全书分为商务礼仪概述、商务礼仪理论与实践、商务人员形象塑造、基本商务礼仪、商务职场礼仪、商务应酬礼仪、商务文书礼仪和国际商务礼仪等八章。

本书既可作为高等院校管理类或者相关专业本、专科学生的教材，也可作为社会在职培训、企业内培的参考书，以及各级工商管理人员的自学用书。

<<商务礼仪>>

书籍目录

第1章 商务礼仪概述 1.1 商务礼仪内涵 1.1.1 礼仪与商务礼仪的概念 1.1.2 商务礼仪的实质 1.2 商务礼仪特征 1.3 商务礼仪的基本理念 1.3.1 理念之一：尊重为本 1.3.2 理念之二：善于表达 1.3.3 理念之三：形式规范 1.4 商务礼仪作用 1.4.1 有助于塑造良好的个人形象 1.4.2 商务礼仪对企业的作用 1.4.3 商务礼仪对社会环境的影响 1.5 商务礼仪的相关范畴 1.5.1 商务礼仪与企业文化 1.5.2 商务礼仪与公共关系 1.5.3 商务礼仪与CI 思考题第2章 商务礼仪理论与实践 2.1 中国商务礼仪的起源与发展 2.1.1 礼仪的起源与发展 2.1.2 中国传统礼仪文化中的商人地位和形象 2.1.3 当代新儒商文化 2.2 中外商务礼仪文化差异 2.2.1 中西礼仪的基本差异 2.2.2 全球商务礼仪文化类型与特征 2.3 商务礼仪理论与实践探析 2.3.1 商务礼仪理论实践的矛盾与难题 2.3.2 个人礼仪素质的培养 2.3.3 商务礼仪的社会教育 2.3.4 商务礼仪知识体系 2.3.5 商务礼仪与建设和谐社会 思考题第3章 塑造商务人士职业形象 3.1 职业形象战略与管理 3.1.1 多元的形象观 3.1.2 职业生涯的形象战略 3.1.3 职业形象管理 3.2 仪容仪表礼仪 3.2.1 仪容与修饰 3.2.2 服饰礼仪 3.3 商务沟通的仪态礼仪 3.3.1 面部表情 3.3.2 手势 3.3.3 姿势 3.3.4 身体语言的沟通与使用 3.4 商务沟通的谈吐与口才 3.4.1 商务沟通语言的基本功 3.4.2 商务口头沟通礼仪 3.4.3 商务语言艺术 思考题第4章 基本商务礼仪 4.1 见面礼仪 4.1.1 握手礼的起源 4.1.2 行握手礼的时机 4.1.3 行握手礼的顺序 4.1.4 行握手礼的规范动作 4.1.5 行握手礼应注意的问题第5章 商务职场礼仪第6章 商务应酬礼仪第7章 商务文书礼仪第8章 国际商务礼仪

<<商务礼仪>>

章节摘录

第1章 商务礼仪概述1.1 商务礼仪内涵我国素以“礼仪之邦”著称于世，讲“礼”重“仪”是中华民族世代沿袭的传统。

随着时代的更迭和历史的发展以及人与人之间、国与国之间交往的日益频繁，世界各地的礼仪和习俗不断地融合和发展。

随着中国加入WTO以及2008年奥运会的成功举办和2010年世博会的申办成功，各种商务活动与日俱增，越来越广泛化和全球化。

商务礼仪已经成为现代商务活动中必不可少的交流工具，在企业竞争中扮演着越来越重要的角色。

礼仪是人与人在商务交往中的艺术。

荀子说：“礼者治辨之极也，强国之本也，威行之道也，功名之总也，王公由之所以得天下也，不由所以陨社稷也。

”《礼记》云：治国以礼则“官得其体。

政事得其施”，治国无礼则“官失其体，政事失其施”，结论是：“礼之所兴，众之所治也；礼之所废，众之所乱也。

”显而易见，作为人类交流感情、建立友谊和开展各种活动的桥梁和纽带的商务礼仪，是从事商务活动不可或缺的利器。

在商务活动中，商务人员的礼仪体现在细节，细节又体现素质，礼仪举止在很大程度上影响到活动的成败，这就对商务人员的礼仪素质提出了较高的要求。

因此，商务人员的礼仪学习已成为企业管理工作的重要方面。

了解商务礼仪的相关理论，尽可能全面、系统、熟练地掌握商务礼仪的基础知识，对于企业、个人创造良好的人际交往环境、更好地应对商务活动具有非常积极的意义。

<<商务礼仪>>

编辑推荐

《商务礼仪》既可作为高等院校管理类或者相关专业本、专科学生的教材，也可作为社会在职培训、企业内培的参考书，以及各级工商管理人员的自学用书。

<<商务礼仪>>

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:<http://www.tushu007.com>