

<<商务报告写作>>

图书基本信息

书名：<<商务报告写作>>

13位ISBN编号：9787040289268

10位ISBN编号：7040289261

出版时间：2010-7

出版范围：高等教育

作者：常玉田 编

页数：314

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>

## &lt;&lt;商务报告写作&gt;&gt;

## 前言

《商务报告写作》Business Report Writing是“高级商务英语写作（Professional Writing for Business 610-690）”系列课程的核心之一。这是一门实践性很强的课程，也是“职业生涯增值幅度”比较大的课程，学习之后应当成为你业务能力的重要构成部分。

本教材全面概括了英语报告的种类、特征和结构，介绍并举证了多种报告样本和常见版式，确立了目标读者和作者定位，归纳了简便直观的撰写步骤。

围绕第一手资料的收集、二手资料的筛选、问卷类型及其设计、信息归类和分析等过程提出了基本原则和方法。

举例说明了版面设计和编辑、图表图形的选择及制作、其他格式体例要求和注意事项，标题的确定、正文的构成、报告内容的充实和压缩，观点的组织 and 说服思路的展开，使用英语起草商务报告、英语文字的修改和润饰等各个方面。

什么是商务报告？

美国人威廉·迪兰尼在其《小型企业失败的原因》的书中写道：“如果我们知道做什么，我们就做。

如果不知道做什么好，我们就谈论一番。

如果连讨论什么也不知道，我们就写一份报告。

”这段近乎调侃的议论，在笔者看来，至少可以说明撰写商务报告这个行为的本身，的确可以帮助人们激发思维、理清思路、形成意见。

商务活动需要各类报告。

市场动态瞬息万变，商业活动头绪纷繁：经理们日理万机、商务人士为了解决重大问题或者作出重大决策，必须占有大量的信息，掌握各方面的情况。

各种商务报告便是服务于这个目的：向上司提供情报汇总和决策依据。

董事会或者总经理决策是否正确，很大程度上取决于下属报告是否准确、及时、全面、翔实。

商务报告确实重要。

文牍主义也好，官僚主义也罢，从小职员提个建议到联合国无休止的大会，从公司上市之前到个人出差回来，从要求添台打印机到向亚洲开发银行申请一笔贷款修建一条铁路，各种各样的报告写作始终都是其中的核心，它是让层层关节活动起来的接力棒，它是叫从科长到总理这一整套国家机器因之而运转的发令枪。

## <<商务报告写作>>

### 内容概要

《商务报告写作》全面介绍了商务英语报告的种类、特征和结构，介绍并举证了多种报告样本和常见版式。

特色是将商务报告的业务内容、编排形式、英语语言和流程组装四大模块相结合。

本教材共18章，用汉语和英语两种语言编写。

讲授重点是使用英语来阐述业务内容，注重沟通效益和交际效果。

商务报告写作技能是职业发展必备的高级技能。

本教材可作为英语专业、商务英语专业、商务类专业高级写作课程。

《商务报告写作》获得对外经济贸易大学教育部商务英语国家级教学团队项目资助。

## <<商务报告写作>>

### 作者简介

常玉田，对外经济贸易大学英语学院教授，讲授“商务英语写作”、“高级国际商务英语”、“经贸英译汉”、“经贸汉译英”、“英语商务报告写作”、“商务联系学”等课程。已出版教材、著作45种。

## &lt;&lt;商务报告写作&gt;&gt;

## 书籍目录

Chapter 1 定义与类型1. 报告的类型2. 报告的定义3. 大型报告4. 体例要统一5. 本教材的目标读者  
Chapter 2 目标读者1. 报告的目标2. 读者定位3. 作者定位4. 相互关系5. 读者心理预期  
Chapter 3 报告样本1. 总结报告2. 进度报告3. 调查报告4. 专题报告5. 建议书6. 营销计划7. 研究报告  
Chapter 4 报告的结构1. 结构图示2. 典型结构3. 六种报告的结构4. 结构的选择  
Chapter 5 撰写过程1. 流程法2. “系统工程”法3. 注意事项  
Chapter 6 资料收集与研究1. 数据的类型2. 抽样调查3. 实地调查  
Chapter 7 问卷问题的类型与设计1. 调查对象信息2. 二选一问题3. 多选一问题4. 多项选择5. 梯度问题6. 列表评分问题7. 开放式问题  
Chapter 8 问卷的设计1. 问卷的目的2. 问卷的主题3. 便于回答4. 四点提醒5. 问卷案例  
Chapter 9 版面编辑1. 报告的封面2. 目录页3. 报告中的标题4. 版面编辑5. 正文列表标点  
Chapter 10 图表的种类1. 直观手段2. 常用图表图形3. 其他辅助手段4. 综合应用  
Chapter 11 议题与标题1. 选题应恰当2. 标题要具体3. 语言问题4. 体例问题  
Chapter 12 构成要素与摘要1. 构成要素2. 摘要的作用和位置3. 撰写摘要  
Chapter 13 前言1. 前言的作用2. 前言的构成3. 定义术语4. 前言的写作  
Chapter 14 报告的正文1. 正文的撰写2. 展开思路3. 演绎与归纳4. 结构与内容  
Chapter 15 结论和建议1. 报告的结论2. 结论的撰写3. 建议部分4. 建议的撰写  
Chapter 16 汉化英文1. 重要理念2. 常见问题的类型3. 加工过程4. 例句例段修改  
Chapter 17 语言问题1. 准确和正确2. 具体化3. 清楚4. 简洁  
Chapter 18 简式报告1. 常用种类2. 结构与形式3. 简式报告样本4. 语言问题

## &lt;&lt;商务报告写作&gt;&gt;

## 章节摘录

许多以数据为主的填表式文件，许多有抬头、有落款、以信函形式呈报的公文，其实质内容都是“商务报告”中的一类，例如预算报告、财务报表、损益表、议定书、商品（品质、重量等）检验、卫生检验、动、植物检疫证书、资格声明书、招标投标情况汇总等等。这类报告往往遵循着固定的套话和格式，因此被称为“格式化”写作。这类报告需要的创造性写作内容极少，本教材不作论述。

在国外的有些课程设置和公司文书工作中，请事假和要求修理电脑这类便条；会议、学术讲座这类通知；公函、会议记录、内部备忘录这类文件；求职信、调动申请书等都可以称为“reports”。在一些地方，人们还把手册、目录、通讯、提要、软件使用说明、培训教材等也归入“reports”的项目之下。

这些文书模板现成，所需写作的文字内容稍作修改即可为我所用，故此称为“模仿型”写作，也不在本教材的议论范围之内。

第三大类便是“创造性”写作。

上司指定的写作工作的一大部分通常都是“格式化”和“模仿型”的性质；创造性报告当然也是工作的一部分，但在本教材的定位中特指个人的主动参与，可以是“有事采写”，也可以是“有感而发”，特征是即便睡前饭后，即便是在休假之中，也在围绕一个事项苦思冥想，力求全面和原创，旨在解决某个问题，意在引起上司注意。

这个类型的报告正是展现个人谋略和才干的机会。

在本教材的定位之下，也不讨论涉及专业知识和商业秘密较多的深度报告，例如公司上市申报、世界遗产申报、科学研究成果、转让技术评估报告、企业财务审计和上市公司年报审计报告之类。

本教材所定位的“商务报告”，是指中国人需要使用英语写作的文本，大都遵循着相对固定的格式（包括书信体形式，却又不同于前面所提的格式化报告），但是题材多样化、事情规模有大小、完成情况可变因素多、陈述语言创造余地宽广，其内容往往需要报告作者根据具体情况从头撰写，所谓格式只是一个框架而已。

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>