

<<商务礼仪>>

图书基本信息

书名：<<商务礼仪>>

13位ISBN编号：9787302291770

10位ISBN编号：7302291772

出版时间：2012-4

出版时间：清华大学出版社

作者：杨丽 编

页数：256

字数：398000

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>>

内容概要

《全国高职高专公共基础课规划教材：商务礼仪（第2版）》以常见的商务活动为载体，介绍了不同商务场景和商务仪式中的礼仪规范和操作程序。

全书共分7章，包括商务礼仪概述、商务形象礼仪、商务交往礼仪、商务会议礼仪、商务仪式礼仪、商务文书礼仪及商务宴请礼仪等内容。

<<商务礼仪>>

书籍目录

第一章 商务礼仪概述

第一节 礼仪概述

一、中华礼仪的渊源

二、西方礼仪的渊源

第二节 商务礼仪概述

一、商务礼仪的含义与内容

二、商务礼仪的特点

三、商务礼仪的基本原则

四、商务礼仪的作用

第三节 商务活动的尊位确定与位次排序

一、商务活动中的尊位确定

二、商务活动中的位次排序

思考与练习

第二章 商务形象礼仪

第一节 商务场合仪容礼仪

一、头发的修饰

二、面容的修饰

三、双手及指甲的修饰

第二节 商务场合着装礼仪

一、商务场合着装的基本规范

二、商务场合男士着装

三、商务场合女士着装

四、香水的使用

五、色彩与着装

第三节 商务场合举止礼仪

一、站姿

二、坐姿

三、行姿礼仪

四、行进间的礼仪

五、握手礼仪

第四节 表情与言谈礼仪

一、表情礼仪

二、言谈礼仪

思考与练习

第三章 商务交往礼仪

第一节 介绍礼仪

一、商务场合的称谓礼仪

二、商务场合的个人介绍

三、商务场合的集体介绍

第二节 名片礼仪

一、名片的用途

二、名片的内容

三、名片的种类

四、名片的设计样式

五、名片的使用礼仪

<<商务礼仪>>

第三节 电话礼仪

- 一、拨打电话礼仪
- 二、接通电话礼仪
- 三、注意“电话形象”
- 四、手机使用礼仪

第四节 商务往来礼仪

- 一、接待礼仪
- 二、拜访礼仪
- 三、礼品馈赠礼仪
- 四、人际关系礼仪

第五节 与部分国家商务交往礼仪

- 一、与西方部分国家客人交往的礼仪
- 二、与俄罗斯、东欧部分国家客人交往的礼仪
- 三、与亚洲部分国家和地区客人交往的礼仪

思考与练习

第四章 商务会议礼仪

第二节 会议礼仪

- 一、大型会议礼仪
- 二、大型会议的组织
- 三、小型会议礼仪

第三节 商务谈判礼仪

- 一、谈判场所的选择与布置
- 二、商务谈判的座次安排
- 三、出席谈判人员的着装与仪容礼仪
- 四、出席谈判人员的言谈举止礼仪
- 五、与外国商人的谈判礼仪

思考与练习

第五章 商务仪式礼仪

第一节 签字仪式

- 一、做好签字仪式的准备
- 二、布置签字厅
- 三、签字厅的座次安排
- 四、签字仪式的流程

第二节 开业庆典

- 一、开业庆典的原则与作用
- 二、开业庆典的谋划与筹备
- 三、开业仪式的类型与具体运作

第三节 剪彩仪式

- 一、剪彩仪式的前期准备
- 二、剪彩仪式的人员安排
- 三、剪彩仪式的流程

第四节 展览会

- 一、展览会的主要类型
- 二、展览会的主要流程
- 三、展览会的礼仪要求

思考与练习

第六章 商务文书礼仪

<<商务礼仪>>

第一节 请柬礼仪

- 一、请柬的格式与书写
- 二、请柬的发送

第二节 信函礼仪

- 一、信封格式
- 二、国内商务信函的格式与书写
- 三、涉外商务信函的格式与书写
- 四、商务信函中的礼仪

第三节 电子邮件礼仪

- 一、电子邮件的书写
- 二、电子邮件的收发

思考与练习

第七章 商务宴请礼仪

第一节 中式宴请礼仪

- 一、中式宴请的准备
- 二、中式宴请的就餐礼仪
- 三、中式宴请中餐具的使用

第二节 西式宴请礼仪

- 一、西餐礼仪的基本知识
- 二、西式宴请中餐具的使用
- 三、西餐中的饮酒礼仪

第三节 自助餐礼仪

- 一、主办自助餐的礼仪
- 二、参加自助餐的礼仪

第四节 饮用咖啡礼仪

- 一、饮用咖啡的时机
- 二、饮用咖啡时的举止
- 三、关于咖啡的常识

思考与练习

参考文献

<<商务礼仪>>

章节摘录

版权页：插图：（3）香露（Eau de Toilette），简称E.D.T，也称淡香水。

其香精浓度在5%~10%之间，是近年来最受欢迎的香水种类。

香味的变化较为柔和，香味持续时间为3h左右。

因为这是国人使用最多的一个香水等级，所以一般叫香水而不叫香露。

常见的容量为30mL、50mL、75mL及100mL。

（4）古龙水（Eau de Cologne），在欧洲，男性香水大多属于这个等级，所以古龙水几乎成了男性香水的代名词。

其香精含量约在2%~5%之间，香味持续时间大约1~2h。

因为男性香水的使用原料多半采用香味较浓郁或本身香味持久的原料，故一般来说，男性古龙水的香味还是能保持3h左右。

（5）淡香水（Eau Fraiche），其香精含量在2%以下，香味持续时间只有1h左右。

刮须水和体香剂都属于此等级。

因为香精含量不同，所以其价格也有差别：香精最贵，依次是香水、香露、古龙水、淡香水。

2.香水的前调、中调和尾调 每一种香水都由不同的香料配制而成，而各种香料随着时间的长短挥发程度也不一样。

譬如檀香木，它有一种非常持久的香味，起初闻时并不觉得香味有什么特殊，但时间越久越能散发馥郁的香气；而柠檬等柑橘系的香味恰恰相反，刚开始强烈地散发出清爽诱人的芳香，之后很快就消失了。

这就形成了同一款香水在不同的时段有不同的香味，就是分前调的头香、中调的基香和尾调的末香3个基本的香味阶段，简单地说，就是香水的前味、中味和后味。

（1）前调：在香水擦后10min左右散发的香气，作用是给人最初的整体印象。

（2）中调：紧随前调出现，在擦后30~40min才能显现，散发香水的主体香味，体现香水最主要的香型，一般最少要维持4h。

（3）尾调：是香味最持久的部分，也是发挥最慢的部分，需30min至1h的时间才能闻到香气，而它的味道可以维持一天或更长时间。

3.香水的使用方法 1) 为季节搭配香水 春天温度偏低，但气候已开始转向潮湿，香氛挥发性较低，适宜选用清新花香或水果花香的香水；夏天气候炎热潮湿，动辄汗流浹背，一定要选择气味清新、挥发性较高的香水，中性感觉的青涩植物香和天然草木清香都是理想选择；秋季气候干燥，秋风送爽，可选用香气较浓，略带辛辣味的植物香型，如带甜调的果香，或化学成分较高的乙醇花香；冬季在厚厚的衣物之下，更需浓浓的香氛祛除寒气，清甜花香和辛辣味的浓香都是理想选择。

2) 为场合搭配香水 在办公室、车厢、剧院等空气循环不佳的空间里不要涂浓烈的香氛，以免刺鼻的香味影响他人；进餐前一般不要涂浓烈的香水，以免过浓的香水味影响食物的味道。

办公室香水选择的首要标准是清新淡雅。

同事之间在办公室的长期相处中，身体散发出清新淡雅的香水味道，能制造干净、亲和、充满活力的好状态。

白天可以选择淡香水，晚上则可选择浓香水；在约会时宜选用柑橘水果和苔类香草为原料的香水，因其含有令人增添吸引力和荷尔蒙成分；在雨天，潮湿的空气会让香气在水区域内弥散，选用淡香水为宜；运动和逛街都易流汗，汗水与香水味混合在一起总会让人敬而远之，这时要选用无酒精香水或运动型香水。

3) 香水的使用技巧及禁忌 香精是以“点”、香水是以“线”、淡香水是以“面”的方式使用。

一般来说，香精以点擦式或小范围喷洒于脉搏跳动处，如耳后、手腕内侧、膝后。

香水、淡香水、古龙水、香氛因为精油含量不是很高，不会破坏衣服纤维，所以可以自由地喷洒及使用。

例如，脉搏跳动处、衣服内里、头发上，还可以把香水向空中轻轻喷几下，在头顶形成一片香雾，随后立于香雾中，让香氛轻轻洒落在身上，散发出怡人的气息。

<<商务礼仪>>

体温高的部位，抹香水的效果比较好。

要注意身体内侧比外侧的体温高。

另外，香气向上升，涂在下半身比涂在上半身更能获得理想的效果。

不要在阳光照射到的地方抹香水，因为酒精在暴晒下会在肌肤上留下斑点，此外紫外线也会使香水中的有机成分发生化学反应，造成皮肤过敏。

<<商务礼仪>>

编辑推荐

《全国高职高专公共基础课规划教材:商务礼仪(第2版)》主要面向高职院校,适用于国际商务类专业、市场营销类专业相关课程教学,同时可以作为相关企业和机构进行商务礼仪培训的参考书,也可以作为企业员工和社会人员学习礼仪常识的手册。

<<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>