

<<商务写作>>

图书基本信息

书名：<<商务写作>>

13位ISBN编号：9787308024457

10位ISBN编号：7308024458

出版时间：1998-10

出版时间：浙江大学出版社

作者：程大荣，潘水根 著

页数：337

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>

<<商务写作>>

内容概要

《实用文本写作丛书：商务写作》的体例，我们斟酌取舍，反复研讨，和出版社也有过多次协调。

丛书需要有相对一致的要求；作为丛书中的这一本，又需要体现自身的特性。

基于上述考虑，我们确定了这样几条编写原则：一是注意基础理论和文种写作指导相结合。

全书第一章为商务写作基础理论，后四章为文种写作；后四章中每章的第一节为该类文种写作的基础理论，以后各节或详或略，讲述某一具体文种的写作。

二是注意商务写作和商务信息管理学、商业企业经营学、市场学、企业决策学、商务谈判学、经济学、传播学和股份经济学等学科的结合，努力在较高较深层次上准确揭示商务写作的基本规律。

三是注意文种写作指导理论的规范化。

商务写作和国家的有关法律法规、行政规章、规范性文件关系密切，特别是经济合同、股份制上市公司公告性文书、项目建议书、招标投标文书、广告等的写作，国家都有专门的规定。

这些规定是规范文种写作指导和例文选析的依据。

四是选取例文数量少，但注意其具体使用的代表性和写作上的典范性。

在例文评析中着重揭示其如何体现文种写作指导理论，兼顾这一例文写作上的独特性。

<<商务写作>>

书籍目录

编写说明第一章 商务写作导论第一节 商务写作的出发点一、商务信息：商务写作的源泉二、商务信息的搜集第二节 商务写作的归结点一、商务信息的功能二、商务文书的流转与最佳管理过程第三节 商务写作的原则一、目标性原则二、层次性原则三、系统性原则四、灵活性原则第四节 商务文书的传递效果一、商务文书的传递二、影响商务文书传递效果的因素三、商务文书有效传递的步骤第五节 商务文书作者的修养一、思维素质二、知识结构三、表达能力第二章 商务决策文书第一节 概述一、商务决策文书的概念和作用二、商务决策程序与商务决策文书的使用三、商务决策文书的写作原则四、商务决策文书的分类第二节 市场调查报告一、市场调查报告的概念和作用二、市场调查报告的种类与特点三、市场调查报告写作材料的收集四、市场调查报告的写作五、例文选析第三节 市场预测报告一、市场预测报告的概念和特点二、市场预测报告的分类三、市场预测的程序和方法四、市场预测报告的写作五、例文选析第四节 项目建议书一、项目建议书的概念和作用二、项目建议书的内容三、项目建议书的写作第五节 可行性研究报告一、可行性研究及其作用二、可行性研究报告的概念和种类三、可行性研究报告的编制依据和步骤四、可行性研究报告的写作第六节 项目评估报告一、项目评估报告的概念和作用二、项目评估报告的编制步骤三、项目评估报告的编写要求第七节 企业经营计划一、企业经营计划的概念和作用二、企业经营计划的种类三、企业经营计划的编制步骤和要求四、企业经营计划的写作五、例文选析第八节 经济活动分析报告一、经济活动分析报告的概念和作用二、经济活动分析报告的种类三、经济活动分析的步骤四、经济活动分析的方法五、经济活动分析报告的写作六、例文选析第三章 商务协约文书第一节 概述一、商务协约文书的概念二、商务谈判的分类三、商务谈判的程序四、商务协约文书的种类第二节 经济合同一、经济合同的概念二、经济合同的类型三、经济合同的订立四、经济合同的写作五、例文选析第三节 协议书一、协议书的概念二、协议书的种类三、协议书和经济合同的区别四、协议书的写作五、例文选析第四节 意向书一、意向书的概念二、意向书的写作三、例文选析第五节 谈判纪要一、谈判纪要的概念二、谈判纪要的写作三、例文选析第四章 商务宣传文书第一节 概述一、商务宣传与企业形象二、商务宣传的层次与效果三、商务宣传的媒介选择四、商务宣传内容的编排原则五、商务宣传文书的种类第二节 商务信息一、商务信息的概念和作用二、商务信息的分类和特点三、商务信息的传播原则四、商务信息的写作五、商务信息的编写要求...第五章 其他商务文书主要参考书目

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>