

<<新编演讲与口才>>

图书基本信息

书名：<<新编演讲与口才>>

13位ISBN编号：9787308088695

10位ISBN编号：7308088693

出版时间：2011-8

出版时间：浙江大学出版社

作者：屈海英

页数：269

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>

<<新编演讲与口才>>

内容概要

屈海英主编的《演讲与口才》从课堂教学思路出发，体现教学的规律，以及课堂教学师生双边互动的特点，以最新的行为导向教学法理论为依据，充分调动学生主体学习、主动学习的积极性，集实用性、实战性、新颖性、生动性、趣味性、通俗性于一体，旨在培养学生的人文素质、综合素质与职业能力，增强毕业生在求职、择业、就业中的竞争力，以期在竞争越来越激烈的人才市场中脱颖而出。

<<新编演讲与口才>>

书籍目录

第1章 口才概述

第一节 口才之重要

- 一、口才之重要性
- 二、口才与人生

第二节 口才之内涵

- 一、好口才需要丰厚的知识积累
- 二、好口才需要独立的思考力
- 三、好口才需要机敏的应变力
- 四、好口才需要表达的技术技巧
- 五、好口才需要良好的心理素质
- 六、好口才需要高尚的道德情操

第三节 口才之养成

- 一、口才养成要培养良好的心理素质
- 二、口才养成需要掌握方法技巧

口才实训

第2章 诵读口才

第一节 朗读和朗诵

- 一、朗读与朗诵的概念
- 二、朗读与朗诵的区别
- 三、诵读与口才的关系

第二节 诵读技巧

- 一、诵读的节 奏技巧
- 二、诵读的情感技巧
- 三、诵读基调的把握

第三节 不同文体的诵读技巧

- 一、诗歌
- 二、散文
- 三、记叙文
- 四、议论文
- 五、寓言故事

口才实训

第3章 演讲口才

第一节 演讲概述

- 一、演讲的含义
- 二、演讲的作用
- 三、演讲的特征
- 四、演讲的分类

第二节 演讲的态势语言

- 一、态势语言概述
- 二、态势语的训练

第三节 演讲稿的写作

- 一、演讲稿的概念
- 二、演讲稿的特点
- 三、演讲稿的写作技巧
- 四、演讲稿的写作要求

<<新编演讲与口才>>

第四节 演讲的实战技巧

- 一、演讲前的心理准备
- 二、脱稿演讲技巧
- 三、演讲实战技巧

第五节 即兴演讲口才

- 一、即兴演讲口才概述
- 二、即兴演讲技巧

口才实训

第4章 求职口才

第一节 求职口才概述

- 一、求职口才的重要性
- 二、求职口才的特点
- 三、求职面试前的准备

第二节 求职口才技巧

- 一、自我介绍技巧
- 二、经典面试问题应答技巧
- 三、面试难点及应对技巧
- 四、面试常见错误及其对策

第三节 求职材料的制作

- 一、个人简历的制作
- 二、求职书信的写作

口才实训

第5章 辩论口才

第一节 辩论概述

- 一、辩论的概念
- 二、辩论的特点
- 三、辩论的作用
- 四、辩论的类型

第二节 论辩能力的构成

- 一、知识能力
- 二、思维能力
- 三、语言能力
- 四、心理素质

第三节 辩论的技巧

- 一、进攻技巧
- 二、防守技巧
- 三、机变技巧

第四节 辩词的写作技巧

- 一、辩词的特点
- 二、辩词的写作要求

第五节 辩论赛的组织与评判

- 一、辩论赛的组织
- 二、辩论赛的准备
- 三、辩论赛的评判
- 四、辩论赛的欣赏

口才实训

第6章 社交口才

<<新编演讲与口才>>

第一节 社交口才概述

- 一、社交口才的含义
- 二、社交口才的基本要求
- 三、社交口才的基本原则
- 四、社交口才的禁忌

第二节 社交语言的技巧

- 一、拜访与接待技巧
- 二、赞扬与批评技巧
- 三、交谈的技巧
- 四、拒绝的技巧
- 五、道歉的技巧

口才实训

第7章 营销口才

第一节 营销概述

- 一、营销的概念
- 二、营销的特点
- 三、营销的作用

第二节 营销员的素养

- 一、学识素养
- 二、专业素养
- 三、法律素养
- 四、交际素养
- 五、口才素养
- 六、性格素养
- 七、心理素养

第三节 营销口才技巧

- 一、营销语言的作用
- 二、营销语言的基本原则
- 三、营销口才的特点
- 四、营销口才的技巧

口才实训

第8章 导游口才

第一节 导游口才概述

- 一、导游口才的作用
- 二、导游口才的特点
- 三、导游语言的基本要求

第二节 导游解说口才技巧

- 一、分段讲解法
- 二、突出重点法
- 三、触景生情法
- 四、巧设问答法
- 五、制造悬念法
- 六、巧用类比法
- 七、趣味讲解法

第三节 导游词的写作

- 一、导游词的特点
- 二、导游词的写作技巧

<<新编演讲与口才>>

三、导游词的写作要求
口才实训
参考文献

<<新编演讲与口才>>

章节摘录

一是“理解”问题。

“理解”一词，最早见于元朝末年编纂的《宋史》：“心通理解”，是指从内心上明白、从道理上了解。

理解，从字面来看，就是理性的思考和解读；从认知层面上讲，认识得越全面，了解得越透彻，理解得就越深刻，使我们对人、对客观事物有更准确的把握。

我们要把一首诗或一篇散文诵读好，首先要做到“理解”两字，也就是要准确把握作品的内容，理解作品的深刻内涵。

这是诵读情感调动必须解决的第一个问题。

二是“感受”问题。

感受，就是表达者接受作品符号的刺激，所引起的内心反映。

表达者的创作过程，不是简单的由文字到声音的单从词义上解释“感受”二字。

由此可见，感受是指由于作者本人的感觉器官受到周围各种现象（如颜色、形态、音响、味道、光滑、粗糙、冷暖等）的刺激所产生的一种与之相适应的思维和情感活动。

感受在写作过程中的作用过程，是文字——生活——声音的过程。

表达者必须被文字符号唤醒，透过文字感受生活，让作品中的人、事、景物在脑子里成为活生生的东西，有如临其境、如见其人、如闻其声的感觉。

通俗地说，脑子里要像过电影。

这是诵读情感调动必须解决的第二个问题。

三是“动情”问题。

动情就是产生爱慕的感情，动情就是要把感情调动起来，要做到在分析作品的时候，不仅要注意理解、感受，而且更重要的是注意情感体验。

“感人心者，莫先乎情”（白居易）。

情是灵魂、是统帅，情动于衷而形于声。

有声语言是以情感为依托的，是为表达情感服务的。

离开了情感，声音就失去了依托，失去了灵魂，就谈不上表达了。

不少人在诵读的时候，不是在诵读，而是在读诵，当他们掌握了一定的诵读技巧，如理解、感受、动情，包括外在表达技巧——重音、停顿、连贯、语速、节奏等，依然达不到感人的境界；但当他们全身心地投入到作品中去，把情感从心底里叹出来而不是说出来时，他们终于动情了，他们开始打动自己，随之也就打动了听众。

由此看来，诵读中的情感二字是最重要的。

但并不是说其他技巧都不重要，它们是相辅相成的，没有理解，谈不上感受，没有感受就谈不上感情。

。

……

<<新编演讲与口才>>

媒体关注与评论

一个人的嘴巴有两种功能，一个是吃饭，一个是说话，要想吃好饭，必须说好好话。
——阿里巴巴·马云 如果让我重进大学，我将修好两门课：演讲和说服。
——美国前总统·尼克松 你能面对多少人，未来就有多大的成就。
——英国前首相·丘吉尔

<<新编演讲与口才>>

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>