

<<礼仪主持人>>

图书基本信息

书名：<<礼仪主持人>>

13位ISBN编号：9787504572257

10位ISBN编号：750457225X

出版时间：2008-6

出版时间：中国劳动社会保障出版社

作者：中国就业培训技术指导中心组织 编

页数：165

字数：184000

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>

<<礼仪主持人>>

前言

为推动礼仪主持人职业培训和职业技能鉴定工作的开展，在礼仪主持人从业人员中推行国家职业资格证书制度，中国就业培训技术指导中心在完成《国家职业标准·礼仪主持人》（试行）（以下简称《标准》）制定工作的基础上，组织参加《标准》编写和审定的专家及其他有关专家，编写了礼仪主持人国家职业资格培训系列教程。

礼仪主持人国家职业资格培训系列教程紧贴《标准》要求，内容上体现“以职业活动为导向、以职业能力为核心”的指导思想，突出职业资格培训特色；结构上针对礼仪主持人职业活动领域，按照职业功能模块分级别编写。

礼仪主持人国家职业资格培训系列教程共包括《礼仪主持人（基础知识）》《礼仪主持人（国家职业资格四级）》《礼仪主持人（国家职业资格三级）》《礼仪主持人（国家职业资格二级一级）》4本。

《礼仪主持人（基础知识）》内容涵盖《标准》的“基本要求”，是各级别礼仪主持人均需掌握的基础知识；其他各级别教程的章对应于《标准》的“职业功能”，节对应于《标准》的“工作内容”，节中阐述的内容对应于《标准》的“能力要求”和“相关知识”。

本书是礼仪主持人国家职业资格培训系列教程中的一本，适用于对三级礼仪主持人的职业资格培训，是国家职业技能鉴定推荐辅导用书，也是三级礼仪主持人职业技能鉴定国家题库命题的直接依据。

本书在编写过程中得到华东师范大学传播学院的大力支持与协助，在此表示衷心的感谢。

<<礼仪主持人>>

内容概要

本书由中国就业培训技术指导中心按照标准、教材、题库相衔接的原则组织编写，是国家职业技能鉴定推荐辅导用书。

书中内容根据《国家职业标准·礼仪主持人》（试行）要求编写，是三级礼仪主持人职业技能鉴定国家题库命题的直接依据。

本书介绍了三级礼仪主持人应掌握的能力要求和相关知识，涉及方案策划、程序推进、气氛营造、人际互动等内容。

<<礼仪主持人>>

书籍目录

第1章?方案策划 第1节?构思方案 第2节?考察现场 思考题第2章?程序推进 第1节?导入开场 第2节?串联板块 第3节?收合结尾 思考题第3章?气氛营造 第1节?配合态势 第2节?调动现场 思考题第4章?人际互动 第1节?形成互动 第2节?语言交际 思考题

<<礼仪主持人>>

章节摘录

第1章?方案策划 第1节?构思方案 知识要求 2. 文案的本质 (1) 核心本质——实施手段 文案本身不是构成策划活动的目的, 它只是为达到客户目的而即将实施的一些具体手段的组合。

对文案而言, 其最终目的是使客户接受公司的服务, 认可构思的策划方案, 将诉求对象的注意力引向活动的意义本身, 有效地传达信息。

(2) 主要目的——传达信息 需要实施策划方案的公司或个人最主要的是要向其诉求对象传达信息, 文案正是信息传达的手段之一。

这种信息可能是某种独有的优势或者利益, 但是无论如何, 文案人员都不能仅仅做表面的语言和文字雕琢, 而忘记自己是在做传达信息的工作, 忽略文案最主要的目的。

(3) 传播载体——语言文字 在可以承载信息的诸多载体中, 语言和文字是最有效的。作为信息传播的符号, 语言和文字在文案中将有丰富的形态, 或朴素, 或华美, 或幽默, 或凝重……但无论如何变化, 只有一个目的, 就是让信息传达更有效。

文案人员应该培养自己使用语言文字“有效”传达信息的技巧。

(4) 诉求对象——人 用广告的专业术语来说, 文案的沟通对象是“消费者”和“潜在消费者”, 是“诉求对象”。

诉求对象的身份、年龄、性别、生活方式、消费心理、消费行为等特征常常需要在文案中有非常充分的描述, 但这个概念化的术语也往往使得文案人员忘掉是在对人说话, 而写出一些根本无法深入消费者内心、纯粹是“销售说辞”的文案。

广告的诉求对象从本质上说就是你和我, 是与广大人民群众没有什么不同的有血有肉有情感的“人”。

文案与消费者之间的沟通, 就是与人的沟通。

能和人沟通的文案, 才是真正有效的文案。

……

<<礼仪主持人>>

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>