

<<现代社交礼仪>>

图书基本信息

书名：<<现代社交礼仪>>

13位ISBN编号：9787504718662

10位ISBN编号：7504718661

出版时间：2002-12

出版时间：中国财富出版社

作者：万江洪 编

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>

## <<现代社交礼仪>>

### 前言

随着我国社会主义市场经济体制的建立、世界经济一体化进程的加快和科学技术的飞速发展,尤其是我国加入wro后,现代企业如何在汹涌的经济大潮中求生存与发展,在全球化的世界经济中占有一席之地,已成为我国经济学术界、企业界的一个十分令人关注的问题。

提升现代企业营销理念,吸收现代市场营销、营销战略、管理方法,充分运用现代营销技术、现代物流技术、电子商务技术、网络营销、绿色营销、企业营销战略管理等,是提高中国现代企业竞争能力和国际市场占有份额的有力保证。

在充分了解中国企业发展和人才需求的基础上,根据教育部颁发的普通高等院校、高职高专专业目录要求,以及面向二十一世纪课程教材的要求,中国物资出版社策划、组织编写了《现代市场营销系列教材》、《电子商务系列教材》。

这两套系列教材由北京工商大学、山西财经大学、哈尔滨商业大学、杭州商学院和有关职业技术学院、企业界70名专家、教授联合编写。

教材编写队伍庞大,许多编写人员在学术界、教育界、企业界具有较高的知名度。

两套系列教材编写体例力求完整性、科学性和合理性,内容充分体现时代性和超前性,充分运用最新理论研究成果、新技术和成功案例,为未来企业家、现职营销人员和企业经营管理者提供了坚实的理论知识,并为掌握制订营销方案、营销策略、运用现代电子商务技术的方法和技巧奠定了基础。

《现代市场营销系列教材》、《电子商务系列教材》具有鲜明的时代性、可读性和可操作性,是当代教材(图书)市场上不可多得的系列教材,可作为普通高等院校、高职高专的市场营销、企业经营管理、电子商务等经济类专业和计算机专业教材,也可作为企业人员培训、各层次成人教育教材,还可作为广大企业员工必备的自学参考读物。

## <<现代社交礼仪>>

### 内容概要

提升现代企业营销理念，吸收现代市场营销、营销战略、管理方法，充分运用现代营销技术、现代物流技术、电子商务技术、网络营销、绿色营销、企业营销战略管理等，是提高中国现代企业竞争能力和国际市场占有份额的有力保证。

在充分了解中国企业发展和人才需求的基础上，根据教育部颁发的普通高等院校、高职高专专业目录要求，以及面向二十一世纪课程教材的要求，中国物资出版社策划、组织编写了《现代市场营销系列教材》、《电子商务系列教材》。

## <<现代社交礼仪>>

### 书籍目录

第一章 现代社交礼仪概论第一节 礼仪的形成和发展第二节 现代社交礼仪的特点和功能第三节 现代社交礼仪的作用第二章 现代社交礼仪的基本常识第一节 现代社交形象的基本要求第二节 现代社交惯例第三章 现代社交中的个人礼仪第一节 说话第二节 举止第三节 穿着第四节 饮食起居第四章 现代社交中的公共、交往、通联礼仪第一节 公共礼仪第二节 交往礼仪第三节 通联礼仪第五章 现代社交中的应酬、聚会、餐饮礼仪第一节 应酬礼仪第二节 聚会礼仪第三节 餐饮礼仪第六章 现代社交中的服务礼仪第一节 服务人员的服饰规范第二节 服务人员的语言规范第三节 服务人员的岗位规范第七章 现代社交中的商务礼仪第一节 装束礼仪规范第二节 行业礼仪规范第三节 仪式礼仪规范第四节 会务礼仪规范第五节 酬应礼仪规范第八章 现代社交中的政务礼仪第一节 行政礼仪第二节 接待礼仪第九章 涉外交往中的礼仪第一节 日常礼仪第二节 迎宾礼仪第十章 社交中的习俗礼仪第一节 婚寿庆丧中的礼仪要求第二节 节日礼仪参考文献

## &lt;&lt;现代社交礼仪&gt;&gt;

## 章节摘录

印象实际上是人们主观对客观事物的反映。

在社交活动中，人对人印象的形成是一个特殊的社会知觉过程。

这一过程的特点，一是信息少。

在人与人的个体接触中，主客双方所掌握对方的信息是很有限的，其中不乏虚假信息。

人们却不得不根据这些资料去分析、判断对方。

二是印象形成快。

人们一见面，甚至一句话也没有说，只是匆匆的一瞥，便可能一下子形成一个清晰的、不可磨灭的印象。

三是具有伸展性。

人们常常根据少量的信息而形成超出这些信息实际能证明的范围之外的、更为广泛的印象。

由此看来，社交中印象形成的过程是极容易发生偏差的，并且还会造成不良后果，导致社交失败。

讲究礼仪有助于塑造良好社交形象。

人们的印象形成过程始于感情刺激，即首先通过感官觉察对方。

社会交往中的人，总是以一定的仪表、装束、言谈、举止，进行某种行为而出现的，这是影响人们第一印象的主要因素。

整洁大方的衣着、得体的举止、高雅的气质、良好的精神面貌和真诚动人的谈吐，必定给对方留下深刻美好的印象，从而建立起友谊和信任关系，达到社交目标。

在这里，礼仪不仅起着润滑和媒介的作用，而且起着粘合和催化作用，它对于表达感情、增进了解、树立形象都是必要的。

(二)讲究礼仪是社交中应有的行为规范社会交往中，人与人的了解和认识是从礼貌开始的，礼貌礼节从古至今都是衡量一个人文明程度的准绳。

在社交中人们互相鞠躬、握手、拥抱、献花等，不仅是对交往对象表示敬意和友善的一种形式，而且还反映一个人的精神面貌、道德情操、气质修养，以及处理问题时的应变能力。

在社交场合，人们按照固定的程序，采取恰当的方法进行交往，有助于相互间的沟通和达成共识。

礼仪作为一种共同遵守的行为规范，一方面是各种人际交往的有效途径，同时它还执行着对人际关系的整合及疏导功能。

如守时守约、讲究仪容仪表、尊老爱幼、讲究公德等。

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>