

<<营销礼仪>>

图书基本信息

书名：<<营销礼仪>>

13位ISBN编号：9787121111327

10位ISBN编号：7121111322

出版时间：2011-4

出版时间：电子工业出版社

作者：杜明汉 主编

页数：215

字数：293000

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>

<<营销礼仪>>

前言

第2版前言 《营销礼仪》（第2版）是一门专门介绍营销活动中人们进行各种交际活动应遵守的礼仪规范与规则的教材。

随着我国社会主义市场经济的迅猛发展、经济全球化速度的加快、国际交流的增多，礼仪也日益受到人们的普遍重视，营销礼仪成了人们从事营销活动的基本礼仪规范。

本着以培养全面素质为基础、以能力为本位、以就业为导向的指导思想，培养能适应生产、建设、管理、服务第一线需要的应用型技能人才，我们在《营销礼仪》第1版的基础上编写了第2版。

该版在内容和形式上力求有所创新，具体而言，主要有以下几个特点：一是普及基本礼仪知识，以够用为度；二是突出礼仪的基本规范和要求，紧紧围绕企业营销活动实践，按照通用、适用原则选取内容；三是形式尽量灵活多样，增强教材的通俗性和易学性。

本书在正文中增加了一些“小思考”，结合教材内容，让学生进行思考、解答；还增加了一些补充阅读资料，帮助学生扩大知识面。

本书特别在设计复习思考题和实训题时，考虑了学生实际和老师教学需求。

复习思考题包括基本概念、填空、选择、判断、解答题，其目的：一是帮助学生巩固基础知识；二是可以作为老师对学生进行基本测试的备选试题。

实训题的提供形式有提供背景资料让学生进行讨论、操作训练的，有提供要求进行活动训练的，也有部分案例分析。

总体思路是让学生关注生活、关注实践，注重在实践活动中提高自己的礼仪意识和执行礼仪规范的自觉性，各学校可根据自己的情况灵活组织实施。

通过老师讲授和学生认真学习，学生可以了解和掌握营销礼仪的基本常识、营销礼仪的具体运用、礼仪工作的技巧，在学习和实践中培养学礼、懂礼、守礼和用礼的意识，从而弘扬传统美德，努力构建社会主义和谐社会。

本书由杜明汉主编。

第10章由李葆宏编写，新增加的案例由李德珍改编。

其余内容由杜明汉编写。全书在编纂过程中参阅了许多相关教材和文献资料。

在此谨向这些教材和文献资料的著者、编者致谢。

由于编者水平有限，书中疏漏之处在所难免，敬请广大读者批评指正。

编者 2010年6月

<<营销礼仪>>

内容概要

本书共9章，主要包括营销人员的个人礼仪、日常交往礼仪、文书礼仪、营销实务礼仪等内容，基本涵盖了营销中所涉及的各种礼仪的具体形式和要求。

本书在第1版的基础上对内容进行了更新，系统地介绍了当代营销礼仪的基本知识和标准规范，使章节架构更加紧密并贴近实际。

本书既可作为高职高专院校、成人高校的市场营销、商务秘书等专业的教材，也可作为广大注意个人修养、展现完美出众的职业风采的在职人员的参考用书。

读者对象：高职高专院校市场营销专业的理想教材，也可供其他希望提升自身礼仪修养的人士选用。

<<营销礼仪>>

书籍目录

第1章 礼仪和营销礼仪概述

1.1 礼仪概述

1.2 营销礼仪概述

本章小结

复习思考题

实训题

第2章 营销礼仪与个人修养

2.1 营销礼仪与个性修养

2.2 营销礼仪与文化知识修养、职业道德修养

2.3 营销礼仪的修养过程和方法

本章小结

复习思考题

实训题

第3章 营销人员的个人礼仪

3.1 营销人员的仪容

3.2 营销人员的仪表

3.3 营销人员的仪态

3.4 营销人员的言谈礼仪

本章小结

复习思考题

实训题

第4章 营销人员的日常交往礼仪

4.1 接打电话礼仪

4.2 收发传真的礼仪

4.3 收发电子邮件的礼仪

4.4 见面礼仪

4.5 营销活动中拜访与接待礼仪

4.6 会议礼仪

4.7 馈赠礼仪

本章小结

复习思考题

实训题

第5章 营销文书礼仪

5.1 信函礼仪

5.2 柬帖、聘书与贺卡

本章小结

复习思考题

实训题

第6章 现代营销实务礼仪

6.1 营销谈判礼仪

6.2 促销礼仪

6.3 网络营销礼仪

本章小结

复习思考题

实训题

<<营销礼仪>>

第7章 现代营销专题活动的礼仪

- 7.1 开业典礼
- 7.2 剪彩仪式
- 7.3 签字仪式
- 7.4 新闻发布会
- 7.5 展览会
- 本章小结
- 复习思考题
- 实训题

第8章 营销公众礼仪

- 8.1 政府关系礼仪
- 8.2 新闻媒体关系礼仪
- 8.3 社区关系礼仪
- 8.4 竞争者关系礼仪
- 本章小结
- 复习思考题
- 实训题

第9章 营销宴请礼仪

- 9.1 宴请种类、程序及礼仪
- 9.2 赴宴礼仪
- 9.3 舞会礼仪
- 本章小结
- 复习思考题
- 实训题

第10章 商务办公礼仪

- 10.1 求职面试礼仪
- 10.2 办公室礼仪
- 本章小结
- 复习思考题
- 实训题

<<营销礼仪>>

章节摘录

版权页：插图：自我介绍在营销活动中，由于人际沟通或业务上的需要，时常要做自我介绍。

自我介绍的基本程序是：先向对方点头致意，得到回应后再向对方介绍自己的姓名、身份和单位，同时递上事先准备好的名片。

自我介绍时，表情要坦然、亲切，注视对方，举止庄重、大方，态度镇定而充满信心，表现出渴望认识对方的热情。

做自我介绍，根据不同的交往对象，内容应繁简适度。

自我介绍总的原则是简明扼要，一般以半分钟为宜，如对方表现出有认识自己的愿望，则可在提出本人姓名、供职单位、职务的基础上，再简略地介绍一下自己的籍贯、学历、兴趣、专长及与某人的关系等。

自我介绍的方式因不同的场合而不同。

如果你应邀参加一个宴会，因为迟到，宴会已经开始，而你的主人又没把你介绍给来宾。

在这种情况下，你就应该走到宾客面前做自我介绍：“晚上好，各位，很抱歉来迟了，我叫××，在××部工作。

”这样的介绍，便可免除别人想要与你谈话，但却不知道你是谁的不尴不尬局面。

有时可借助介绍信、工作证或名片等物证明自己的身份，作为辅助介绍，以增强对方对自己的了解和信任。

在一些场合，自己想结识某人，也可采取主动的自我介绍的方式。

例如，“您好！

我叫××，见到您很高兴。

”以引起对方的呼应，也可采取被动的自我介绍方式，先婉转地询问对方：“先生您好！

请问我该怎么称呼您呢？

”待对方做完自我介绍再顺势介绍自己。

自我介绍要实事求是，要以自己的诚实和坦率的态度，获取对方相同的感情回报，使他愿意同你结识。

他人介绍在社交场合，如想结识某人，除自我介绍外，还可以通过他人介绍的途径。

一般身份地位高者、长者、特邀者和贵宾出入于社交或商务场合与某人相识时，常常由他人来做介绍。

做介绍人的，一般是主人、朋友或公关人员。

由他人做介绍，自己处于当事人之中，如果你为身份高者、长辈或主人，在听他人介绍后，应立即与对方互致问候，表示欢迎对方的热忱，如“你好，小张”。

如果你为身份低者或宾客，当尚未被介绍给对方时，应耐心地等待，当将自己介绍给对方时，应根据对方的反应做出应对，如对方主动伸手，你也应及时伸手相握，并适度寒暄。

被介绍时，除女士和年长者外，一般应起立并面向对方，或微笑点头，相距较近可以握手，远者可举手致意。

为他人做介绍是指介绍不相识的人，或是把一个人引荐给其他人相识沟通的过程。

为他人做介绍要注意以下三点：一是注意介绍顺序。

介绍人在介绍之前必须了解被介绍双方各自的身份、地位及对方有无相识的愿望，或衡量一下有无为双方介绍的必要，再择机行事。

<<营销礼仪>>

编辑推荐

《营销礼仪(第2版)》以培养高职高专市场营销专业人才为目的，其特点表现在：知识体系完整，概念清楚，符合高职高专层次教学要求；吸取目前较先进的教学经验，以及学科应用领域最新知识；强调应用知识的传授和实际工作岗位工作技能的要求；重点阐述“是什么”、“怎么样”，淡化“为什么”和历史背景(指导思想：理论上简要些，实务上加强些，操作上具体些)；讲求实用原则，让学生学以致用，紧密联系考证内容，实现零距离上岗的目标。

<<营销礼仪>>

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>