

<<大学应用文写作>>

图书基本信息

书名：<<大学应用文写作>>

13位ISBN编号：9787308030274

10位ISBN编号：730803027X

出版时间：2002-7

出版时间：浙江大学出版社

作者：陈桂良

页数：398

字数：379000

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>

<<大学应用文写作>>

内容概要

本书的特点主要表现在： 1．编写体系具有科学性。

本书分上、中、下三编，上编主要从应用文写作的理论角度加以阐述，是中、下编的基础。

中、下编分别从应用写作的基础平台和专业平台来选编通用性文种和专业性文种，既能满足了学生应用写作基础文种的学习，又能满足不同专业学生专业文种的学习，也为学生毕业后跨专业工作奠定了基础。

本书上、中、下三编既各自独立，又相互联系。

倘若没有上编，中、下编便会成为无本之木；只有上编，没有中、下编，本书的实用性、操作性就无从谈起，应用写作的应用性也就名不符实了。

2．应用写作原理的论述具有创新性。

作者从应用写作的概述、特征、技法、过程和能力五个方面，力图阐明应用写作是一门新兴的独立的学科，是与文学写作学并列的一门学科。

3．教学内容的弹性安排，具有可行性。

本书选编的应用文文种有40多种，但重点讲授的只有10多种，这样既突出了教学的重点，又为学生学习应用文写作提供了较宽的知识基础，能取得举一反三之效果。

4．应用写作能力贯穿始终，具有实用性。

本书除在应用写作理论中强调了应用写作能力培养提高的重要性，还在每一文种的编写体系中注重其写作模式、例文分析和写作练习的设计编写，使培养提高学生应用写作能力目标的实现成为可能。

5．例文选择、练习设计贴近生活，具有时代性。

本书所选例文大多是近两年写作的，既具有典范性，又具有创新性。

写作练习的内容更是来自于社会生活、工作实际，能给学生以新鲜感、真实感，有利于激发学生的写作兴趣。

6．为适应我国加入WTO的需要，本书从编写体例到开本设计都采用了国际流行样本，既便于与国外同行交流，也给人以新鲜感。

<<大学应用文写作>>

书籍目录

上编 应用写作原理 第1章 应用写作概述 1.1 应用写作的本质 1.2 应用写作的源流 1.3 应用文的特点、分类与作用 1.4 如何学好应用文写作 写作练习 第2章 应用写作的特征 2.1 主旨的特征 2.2 材料的特征 2.3 结构的特征 2.4 表达的特征 2.5 思维的特征 写作练习 第3章 应用写作的技法 3.1 主旨提炼技法 3.2 材料精选技法 3.3 结构安排技法 3.4 语言表达技法 写作练习 第4章 应用写作的过程 4.1 起因——应用文写作的客观需要 4.2 运思——应用文写作的构思过程 4.3 表达——应用文写作的思维结果 4.4 定稿——应用文写作的最佳终结 写作练习 第5章 应用写作的能力 5.1 获取信息的能力 5.2 处理信息的能力 5.3 表达信息的能力 写作练习 中编 常用应用文写作 第6章 行政公务文书 6.1 概述 6.2 行政公文的格式和写作要求 6.3 常用公文类型举例 写作练习 第7章 报告类文书 7.1 概述 7.2 报告类文书的特点和写作要求 7.3 报告类文书类型举例 写作练习 第8章 协议类文书 8.1 概述 8.2 协议类文书的结构和写作要求 8.3 协议类文书类型举例 写作练习 第9章 呈请类文书 第10章 信息类文书 第11章 礼仪类文书 第12章 论文写作 下编 专业应用文写作 第13章 经济类文书 第14章 旅游类文书 第15章 司法文书附录

<<大学应用文写作>>

章节摘录

2.市场预测的特点 (1) 预测性。

市场预测是对市场未来发展变化趋势作出推断，预测的结论是未然的。

要使其预测结论尽可能精确，就需要充分掌握相关的市场信息资料，运用科学预测的方法，从多角度、多侧面分析综合，寻求市场内部变化规律，以保证其结论的精确性。

(2) 科学性。

市场预测不是主观想像，更不是某领导主观意志的表现，而是依靠科学的预测方法，根据事物的内在联系，在详尽占有市场信息资料的基础上，由已知推断未知，由现实推断未来。

这个推断过程，应是严密的逻辑推理和科学运算的过程。

(3) 时效性。

市场预测的目的是为了抢占未来市场，在未来市场中占有主动权。

因此，对市场的预测和市场预测报告写作，都应迅速及时。

如在某一商品市场产销需求还处于较旺阶段时，就应预测下一阶段的发展趋势，以发挥预测报告应有的作用。

否则预测不及时，就会失去其存在的价值。

市场预测种类的划分，如按内容划分，主要可分为生产趋势的预测、市场变化的预测和消费情况的预测。

生产趋势预测要根据产品进入市场后的反馈信息，诸如质量、价格、方便性、耐久性、技术服务评价和要求，以及市场占有率，包括老产品占有市场的情况和新产品及其包装、商标的改进等等；有时还要收集行业的生产能力、技术装备、库存情况、企业资金乃至城市布局、生产方面的规范等信息，进行综合分析测算。

市场变化预测一般综合产品供求比例、销售能力、销售状况、影响销货的因素、销售渠道的合理性和中间环节等情况作出。

消费性情况预测包括消费结构预测和消费者的心理预测。

按范围划分可分为全国性的和地区性的，宏观的和微观的预测。

按时间划分可分为六年以上的长期预测，一至五年的中期预测和一年以内的短期预测。

按方法划分可分为定量预测和定性预测。

.....

<<大学应用文写作>>

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>