第一图书网, tushu007.com

<<现代营销礼仪>>

图书基本信息

书名：<<现代营销礼仪>>

13位ISBN编号：9787512109551

10位ISBN编号：7512109555

出版时间：2012-4

出版时间：清华大学出版社

作者：张岩松，刘晓燕 编

页数：318

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

内容概要

《21世纪高职高专规划教材·公共基础：现代营销礼仪》作为反映高职教育教学改革最新理念的新型实用教材，是工作过程导向的高职项目课程开发的一次有益尝试。
其内容是根据企业营销工作所涉及的礼仪活动和规范而设定的，分为营销人员形象设计、营销人员日常交往、营销人员活动开展三大项目，项目下设有仪容设计、服饰设计、仪态设计、见面礼仪、拜访礼仪、接待礼仪、馈赠礼仪、求职礼仪、客户沟通、电话营销、营销宴请、营销活动等12项任务。
每项任务作为一个活动训练单元，由“学习目标”、“案例导入”、“任务设计”、“知识链接”、“专业阅读”和“课后训练”六部分构成。
全书体例新颖，内容翔实，紧贴营销工作实际，实训项目设计科学得当，课后训练题型新颖实用，让学生在做中学、在学中练，学做结合，不断提高其营销礼仪各项技能的应用1}甚力。
《21世纪高职高专规划教材·公共基础：现代营销礼仪》可作为针对经管类、商贸类高职高专各专业学生进行营销礼仪训练的创新型教材，还可作为商界人士提高礼仪素养和能力的优秀读物及自我训练手册，它也是各企业进行相关岗位培训的实用教材。

<<现代营销礼仪>>

书籍目录

导论 礼仪与营销礼仪 项目一 营销人员形象设计 任务一 仪容设计 学习目标 案例导入 任务设计 知识链接 专业阅读 课后训练 任务二 服饰设计 学习目标 案例导入 任务设计 知识链接 专业阅读 课后训练 任务三 仪态设计 学习目标 案例导入 任务设计 知识链接 专业阅读 课后训练 项目二 营销人员日常交往 任务四 见面礼仪 学习目标 案例导入 任务设计 知识链接 专业阅读 课后训练 任务五 拜访礼仪 学习目标 案例导入 任务设计 知识链接 专业阅读 课后训练 任务六 接待礼仪 学习目标 案例导入 任务设计 知识链接 专业阅读 课后训练 任务七 馈赠礼仪 学习目标 案例导入 任务设计 知识链接 专业阅读 课后训练 任务八 求职礼仪 学习目标 案例导入 任务设计 知识链接 专业阅读 课后训练 项目三 营销人员活动开展 任务九 客户沟通 学习目标 案例导入 任务设计 知识链接 专业阅读 课后训练 任务十 电话营销 学习目标 案例导入 任务设计 知识链接 专业阅读 课后训练 任务十一 营销宴请 学习目标 案例导入 任务设计 知识链接 专业阅读 课后训练 任务十二 营销活动 学习目标 案例导入 任务设计 知识链接 专业阅读 课后训练 参考文献

章节摘录

版权页： 插图： 理想的比例是这五者长度相等，即从左太阳穴发际到右太阳穴发际之间的横向连线长度正好是五只眼睛的长度，并且均匀分布。
“三庭五眼”是人的脸长与脸宽及颜面器官布局的标准比例，如果不符合这个比例，就会与理想脸形产生距离，那么，在化妆时就要运用一定的技巧进行调整和弥补。
通过自我形象分析，可以了解你自己容貌上的优点与不足，虽然人的相貌在很大程度上依赖于遗传，但是后天的努力、科学的保养及恰到好处的修饰却有举足轻重的作用。
2.化妆的原则 （1）美化原则。
每一个化妆的人都希望化妆能使自己变得更美丽，这是无疑的，但事实上，这些人以为把各种色彩涂抹在脸的相应部位就自然美了，这是错误的。
我们看到许多幼儿园的孩子被阿姨化妆化得脸上一团红、眼睛一团黑，变得又凶又老气，孩子的天真可爱荡然无存，这样的化妆不是使人更美了，而是丑了。
因此，美化的原则是从效果来说的。
要使化妆达到美的效果，必须了解自己脸的各部位特点，孰优孰劣要心中有数；还要清楚怎样化妆和矫正才能扬长避短，变拙陋为俏丽，使容貌更迷人。
这些，要在把握脸部个性特征和正确的审美观的指导下进行。
（2）自然原则。
自然是化妆的生命，它能使化妆后的脸看起来真实而生动，不是一张呆板生硬的面具。
化妆失去了自然的效果，那就是假，假的东西就无生命力和美可言。
自然的化妆要依赖正确的化妆技巧、合适的化妆品；要一丝不苟，井井有条；要讲究过渡、体现层次；要点面到位、浓淡相宜。

编辑推荐

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