

<<新编商务文书写作格式与范本>>

图书基本信息

书名：<<新编商务文书写作格式与范本>>

13位ISBN编号：9787801585219

10位ISBN编号：7801585216

出版时间：2005-5

出版时间：蓝天出版社

作者：张浩,张浩 编

页数：511

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>

<<新编商务文书写作格式与范本>>

前言

商务文书写作不仅是专业商务工作者的职责，也是人们日常生活和工作中常见的一种文体。因此，为了让广大公民了解和掌握商务文书写作知识，并能够灵活运用这种文体，我们特组织人员编写了《新编商务文书写作格式与范本》一书。

本书对商务计划文书，商务营销文书，商务管理文书，商务合作文书，商务往来文书，商务谈判（公关）文书，工商、税务、审计文书，金融类文书，招标投标文书，涉外商务文书进行了介绍，对每种商务文书均提供给读者相关的写作格式，并列举了相应的范本供读者参考。

该书既具有一定的教科书性质，也带有一定的工具书特点，既可以系统地学习，也可以随用随查，其初衷和目的是为了能够充分满足读者的实际需要，为读者进行商务文书写作提供切实的帮助。

由于编者水平有限，书中疏漏之处在所难免，敬请广大读者予以批评、指正！

<<新编商务文书写作格式与范本>>

内容概要

商务文书写作不仅是专业商务工作者的职责，也是人们日常生活和工作中常见的一种文体。因此，为了让广大公民了解和掌握商务文书写作知识，并能够灵活运用这种文体，我们特组织人员编写了《新编商务文书写作格式与范本》。

《新编商务文书写作格式与范本》对商务计划文本，商务营销文书，商务管理文书，商务合作文书，商务往来文书，商务谈判（公关）文书，工商、税务、审计文书，金融类文书，招标投标文书，涉外商务文书进行了介绍，对每种商务文书均提供给读者相关的写作格式，并列举了相应的范本供读者参考。

该书既具有一定的教科书性质，也带有一定的工具书特点，既可系统地学习，也可以随用随查，其初衷和目的是为了能够充分满足读者的实际需要，为读者进行商务文书写作提供切实的帮助。

<<新编商务文书写作格式与范本>>

书籍目录

第一章 商务计划文书写作格式与范本 商业战略规划 商务计划 创业计划书 商业计划书摘要 公司商业计划书 销售计划 增产节约计划 利润分配计划 广告计划 产品动态分析与计划要点 新产品宣传工作要点 企业营销计划 市场营销调查计划 年度市场营销计划 企业年度经营计划 年度营业方针和计划要点 新产品推广计划 农村市场推广方案 促销计划编制要点 市场开发与产品开发市场调查计划 经营计划制定规则 长期计划制定规程 长期计划的制定及实施要领 商业项目融资方案

第二章 商务营销文书写作格式与范本 经济工作者守则 招商说明书 经营战略 市场调查报告 市场预测报告 市场情况调查问卷 销售情况调查问卷 个人消费情况调查 市场调查业务规定 市场调查实施要领 产品代理商、批发商、零售商市场调查问卷- 产品生产商市场调查问卷 产品原料供应商市场调查问卷 产销分析报告 可行性研究报告 进货渠道分析 营销管理规定 公司营销管理制度 营销战略 直销商营业守则 配销渠道管理要点 行销方案规划准则 赊销管理要点 销售促进计划管理制度 公司客户关系维护要点 企业兼并市场实施方案 企业质量与服务承诺书 商业授权委托书 经销商认证资格书 中期经营计划制定要领 年度经营计划制定规定 业务整改方案 促销策划书 出口赊销管理及职责 网络营销计划书

第三章 商务管理文书写作格式与范本 总经理商务会议报告 商务申请书 商务评估报告 验资报告 年度报告 中期业绩报告 董事会议事规则 监事会议事规则 出资证明书 公司董事会决议 独立董事制度 股份有限公司会计制度 维权声明 维权公告 企业大事临时公告 警告信 法人代表授权委托书 法定代表人身份证明书 法定代表人身份证明书 企业授权法律声明 销售经理管理准则 企业销售人员考核办法 企业销售人员奖惩办法 公司业务员开拓新客户奖励办法 公司客户名册管理制度 公司客户信息管理章程 公司客户需求信息处理制度 公司客户开发选择制度 公司新客户开发管理实施细则 公司售后服务管理办法

第四章 商务合作文书写作格式与范本 中外合资企业协议书 中外合资立项意向书 合伙合同 合伙型联营合同 合伙型联营合同(半紧密型) 中外来料加工合同 中外来件装配合同 订货合同 承租经营合作者协议 分公司合伙经营协议 合资经营企业协议 应用软件买卖协议书 货物赊欠买卖协议书 委托收费协议书 户外广告发布委托协议 媒体广告发布协议.....

第五章 商务公函写作格式与范本

第六章 商务谈判(公关)文书写作格式与范本

第七章 工商、税务、审计文书写作格式与范本

第八章 金融类文书写作格式与范本

第九章 招标投标文书写作格式与范本

第十章 涉外商务文书写作格式与范本

章节摘录

- 一、通则
1. 在新产品推销之际，广告宣传是不可缺少的手段。因此，特制定本要点，以保证新产品顺利进入市场。
 2. 本要点规定以外的事项，请按《广告管理规定》办理。
 3. 新产品的宣传方针，由新产品科长负责制订，并向全体科室人员讲解，使每一位工作人员都能确实把握基本方针的要点。
 4. 新产品科长，必须以本月及长期销售计划为基础，制定产品宣传计划方案，并落实到每一位部下，宣传计划内容包括以下几方面：
(1) 选择与确定宣传对象；
(2) 确定宣传媒体；
(3) 新产品样品的选择、确定与分配。
- 二、实施宣传的方法
1. 新产品科长所负责的新产品的宣传工作涉及面非常广泛，需要企业内外各部门与各机构的通力合作。
 2. 新产品科长在宣传实施期中，需要提醒销售部长，通过各营业分店向新产品科提供宣传活动必要文件、样品等。
 3. 提醒销售部长，通过各营业分店帮助宣传工作顺利进行，诸如张贴宣传画、印发传单、布置展示厅等等。
 4. 特别要求各分支机构在指定的时间和地点，配合展开广告宣传活动。
 5. 广告宣传要把握节奏与攻势，事先确定步骤，逐渐加强攻势和广告宣传的渗透力，达到预期目的。
 6. 对企业尚未控制的地区，应该展开大力宣传，以谋求提升在该区域内的影响力。
 7. 综合运用各种宣传媒介，包括报纸杂志的广告，商店销售现场的宣传，电台电视的广告，甚至可以利用批发商的宣传能力，强化新产品的普及宣传工作。
 8. 产品进入成长期后，其广告宣传工作可转让给销售部门及推销人员，但是，对那些竞争激烈的产品，依然需要新产品科负责监控，一旦销售收入下降，立即进行广告宣传攻势，以保持在一定的销售水平上。

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>