

21 世纪职业秘书专业教材

职业秘书 商务活动教程

沈卫 金常德 吴良勤 肖颖超等 编著



面向就业 · 突出实训 · 追求新颖

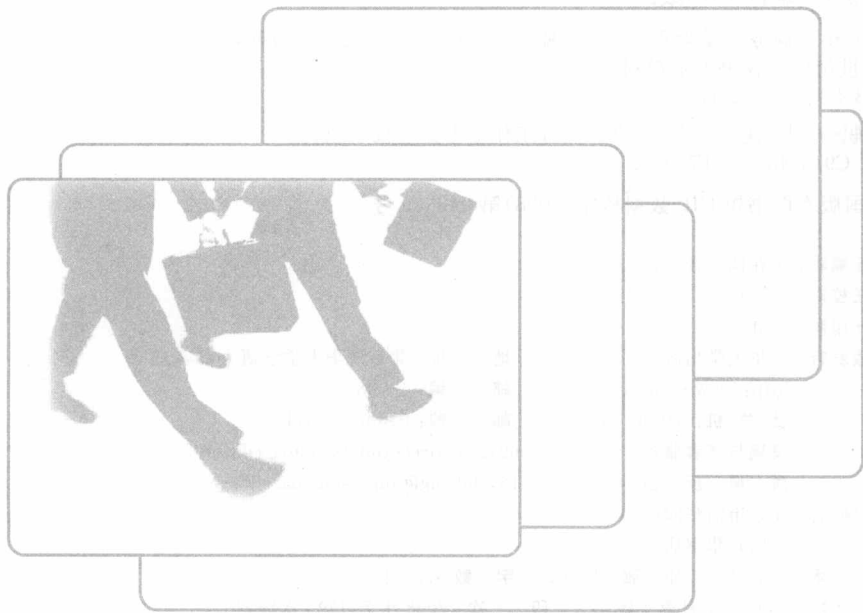
清华大学出版社



21 世纪职业秘书专业教材

职业秘书 商务活动教程

沈卫 金常德 吴良勤 肖颖超等 编著



面向就业 · 突出实训 · 追求新颖

清华大学出版社

北京

内 容 简 介

本书内容包括常见商务活动的各种形式、准备、开展以及结束的一系列工作知识,重点阐述了作为职业秘书在各种商务活动中应做的工作和注意事项,包括活动相关的知识链接。

本书从实用角度出发,以丰富的案例为突出特点,特别讲述了如何解决文秘人员在各种商务活动中所遇到的实际问题和工作步骤,纯理论的知识不多,但对实际工作的开展有较强的指导作用,可以满足职业院校学生毕业走上工作岗位后开展各种商务活动的需要。

本书可作为职业院校文秘专业的教材,也可作为商务人士开展商务活动的参考书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

职业秘书商务活动教程/沈卫等编著. —北京:清华大学出版社,2008.7

21 世纪职业秘书专业教材

ISBN 978-7-302-17288-8

I. 职… II. 沈… III. 秘书—商务工作—专业学校—教材

IV. C913.46-62 F715-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 042666 号

责任编辑:田在儒 张 弛

责任校对:李 梅

责任印制:李红英

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:北京市清华园胶印厂

经 销:全国新华书店

开 本:148×210 印 张:11.625 字 数:286 千字

版 次:2008 年 7 月第 1 版 印 次:2008 年 7 月第 1 次印刷

印 数:1~5000

定 价:16.00 元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:(010)62770177 转 3103 产品编号:026858-01

丛书编委会

丛书主编

谭一平

丛书编审

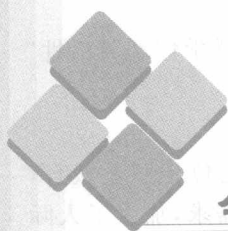
包也和 史玉峤 张玲莉 杨树森

编委会成员(笔画排序)

王其厅	王 爱	王海燕	邓石华	邓文静
司马周	付大学	卢如华	刘立莹	刘 静
刘朝晖	何颖志	吴良勤	宋湘绮	张晓萍
张 晖	李永民	沈 卫	杨 琳	肖颖超
陆佩芳	陈祖芬	陈艳娟	金常德	赵胜潮
耿乔科	卿建英	徐克茹	徐晓丹	徐志平
高 宁	崔艳霞	蒋利民	覃一静	谢世洋
韩开绯	雷 鸣	魏庆培		

本书主编

沈 卫 金常德



丛书序

进入 21 世纪,各行各业对于现代秘书人才的职业技能提出了新的要求:首先,对秘书的要求已由过去强调打字、写作和存档这类基本技能向掌握英语、办公自动化、财务知识等这些更广泛的领域拓展;其次,秘书不仅要注重业务素质的提高,还要熟悉本企业所在的行业和专业情况;最后,也是最重要的,那就是企业对秘书的非智力因素的要求,已和对智力因素的要求一样同等看待。

秘书人才的培养主要靠职业教育来承担,为适应当前职业秘书教育的发展需要,根据《国务院关于大力发展职业教育的决定》以及教育部“学制要缩短、课时要压缩、相关专业要打通、强化技能培养”的要求,结合目前我国各就业岗位对秘书人才的新需求,我们组织了全国各地三十多位有实践经验的文秘专业优秀教师以及秘书行业专家,遵循“以职业能力为本位,以就业为导向,体

现教学内容的先进性和前瞻性,体现教学组织的科学性和灵活性”的原则,编写了本套教材。

本套教材具有以下特点。

第一,面向就业。在教材选择上,本套丛书定位于职业教育,紧扣秘书的职业特点,针对秘书就业的岗位技能需求,加大了人际关系、商务活动、办公室综合事务等方面的比重,最终形成了秘书基础与实务、秘书写作、资料与档案管理,秘书礼仪、人际沟通、办公室综合事务管理、商务活动管理、秘书办公自动化、职业秘书英语等几大核心内容构建的丛书体系。

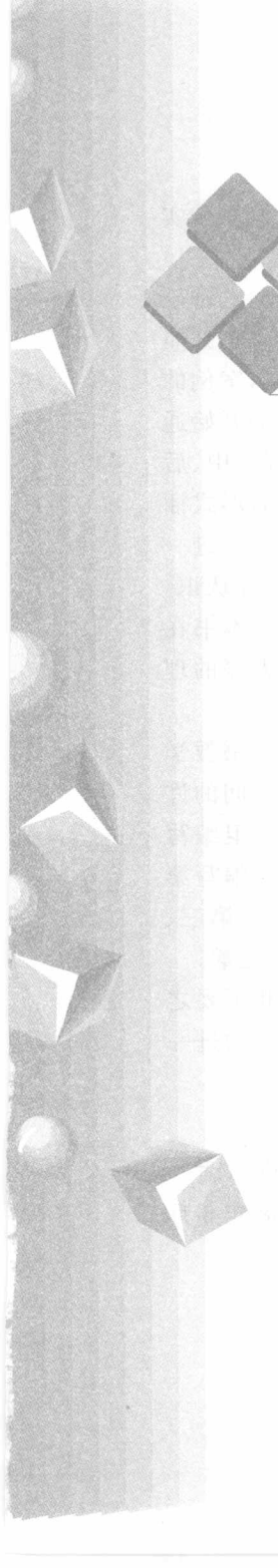
第二,突出实训。在章节结构上,本套丛书摆脱了传统的按“办文办会办事”模式的章节安排方法,各书都是按秘书的工作流程和具体事项来安排的;在编写形式上,本套丛书摒弃了许多秘书学教材连篇累牍地介绍“性质”、“分类”、“特点”之类知识的传统讲授方法,突出可操作性,通过大量的案例、实训,讲授解决问题的原则、方法和应注意的问题。

第三,追求新颖。秘书是一个对社会环境变化较敏感的职业,因此文秘专业教材也应“与时俱进”。与丛书名称相对应,本套教材的所有教学案例也力求是最新的。同时,针对部分课程的教学特点,从教学方法上加以创新,推出了配套的情景案例教学教材。

尽管竭诚努力,但由于我们的水平有限,本套丛书仍有不足之处,作为本套丛书的主编,我期望与广大读者交流,欢迎读者登录本人的网站(www.tanyiping.com),给予批评指正,以便在将来修订完善。

谭一平

二〇〇七年六月于北京



前言

现代社会是一个开放的、充满活力的社会。现代企业处于这一开放的环境中,必然要举行各种各样的商务活动。这些活动,对内增强员工的凝聚力和忠诚度,对外展示企业的形象和实力,并体现组织的组织化程度,是提高企业的社会知名度、美誉度的重要手段。作为一名 21 世纪的商务秘书,作为商务高层管理人员的得力助手,了解和掌握开展各种商务活动的基本类型、方法和工作步骤就成为一项必不可少的技能。

目前秘书教材中的商务活动知识多是以教材中某一章节的简单概括,主要是针对商务谈判、商务庆典活动等的介绍。其实,它还应包括市场营销、商务应酬、危机公关、电子商务活动等内容,而且目前的教材缺乏秘书人员的日常工作内容和常见商务活动工作要求的有效结合。本书详细介绍了 10 种企业经常举行的商务活动,重点

阐述了在这些活动中作为职业秘书应掌握的关于策划、组织和实施的方法和步骤。

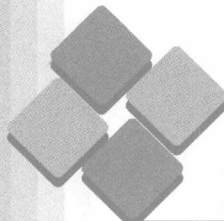
本教材在汲取国内外开展商务活动的理论指导和经验的基础上,重点结合文秘人员在商务活动中的基本工作内容,注意将开展商务活动的系统性和可操作性相结合,并辅以丰富的案例,案例的选择力图贴近商务活动中秘书的工作实际。全书每一章的开始通过“案例导入”引出每章的知识内容;以每个活动举行的前、中、后期为“节”安排,每一章中涉及相关的知识以“知识链接”的形式插入;每章结束时附有“本章小结”和“实训”,这样可以帮助学生进一步加强对课程内容的理解,增加对开展实际商务活动的感性认识。同时由于秘书仅仅是秘书,既不是业务员,也不是公关员,本书在编写过程中注意到重点介绍常识和具体操作方法,没有太深的理论阐述,这样可以较好地激发学生的学习积极性和兴趣。

参与本书编写的教师都是来自于全国各地职业院校秘书教学的第一线,具有扎实的理论功底和丰富的教学经验,他们中间的许多人还具有丰富的工作实践经验。本书的编写分工是:沈卫编写第四、五章,并负责编写的组织工作和对全书统稿;金常德编写第一章并对全书统稿;肖颖超编写第二、十章;吴良勤编写第三、七章;白瑞编写第六章;高玉林编写第八章;郭敏艺编写第九章。

由于编者水平有限,本书不可避免地存在许多疏漏和不妥之处,恳请各位专家、同仁和广大读者不吝赐教,以利于本书的进一步完善和提高!

编者

2008年5月



目 录

第一章 商务庆典活动与新闻发布会

2 第一节 商务庆典活动管理

25 第二节 新闻发布会管理

第二章 商务接待与宴请

43 第一节 商务接待准备

49 第二节 拟订接待计划

55 第三节 接待活动的实施

64 第四节 商务宴请

第三章 商务会议

84 第一节 会议工作概述

86 第二节 会前准备工作

97 第三节 会中服务工作

106 第四节 会后善后工作



第四章 开放参观活动

- 112 第一节 开放参观活动概述
- 116 第二节 开放参观活动的前期筹备
- 125 第三节 开放参观活动的接待
- 129 第四节 开放参观活动的结束

第五章 市场营销与客户服务

- 135 第一节 市场营销概述
- 137 第二节 市场营销前期的准备工作
- 147 第三节 市场营销中期的协助工作
- 155 第四节 市场营销后期的服务工作
- 158 第五节 客户服务

第六章 商务谈判与签字仪式

- 182 第一节 商务谈判的概述
- 186 第二节 商务谈判的准备工作
- 199 第三节 商务谈判的开局阶段
- 205 第四节 磋商阶段
- 213 第五节 成交阶段
- 217 第六节 签字仪式

第七章 商务旅行

- 228 第一节 商务旅行前的准备工作

236	第二节	商务旅行过程中秘书人员的工作
240	第三节	商务旅行结束后秘书人员的工作

第八章 社会公益活动

244	第一节	赞助活动的管理
262	第二节	慰问活动的管理

第九章 危机处理

273	第一节	企业产生危机的概念与类型
278	第二节	危机的预防
285	第三节	危机处理

第十章 电子商务活动

310	第一节	电子商务概述
318	第二节	电子邮件
330	第三节	企业博客
347	第四节	网络广告

357		参考文献
-----	--	------

第一章

CHAPTER 1

商务庆典活动与 新闻发布会



第一节 商务庆典活动管理

第二节 新闻发布会管理



香港一家公司最新研制出一种“××”牌电影胶片,为了打开销路,他们举办了一次别开生面的新闻发布会。除了邀请新闻媒体的记者,他们还特意邀请了香港电影界的一些老板、著名编导与演员出席。公关人员在请柬上将会议名称冠之以“讨论会”,提醒与会者这次会议的主要内容是就“××”牌电影胶片的质量问题进行科学论证。会上,当技术专家就“××”牌胶片的质量进行详细的科学论证后,放映了一部用“××”牌胶片拍成的电影《×××》,由一位著名摄影师拍摄、香港最受欢迎的演员×××和×××主演。会后,公司在香港最豪华的一家酒店举行了答谢晚宴。他们将宴会厅原来的椅子全部搬走,换上一种由他们专门设计的导演折椅,令华丽的宴会厅增添了几分摄影棚的气息,使来宾颇感新奇。宴会结束后,公司把折椅作为礼物送给来宾,来宾们兴高采烈地搬着折椅走出宴会厅,给大大小小的报纸提供了许多精彩的特写镜头。

第一节 商务庆典活动管理

商务庆典活动是指企业或组织为了提高知名度,招揽顾客,争取生意兴隆,或为了宣传崭新形象,明确今后的发展目标,密切与公众的关系等,围绕自身或所处社会环境中的重要事件、节日、纪念日等举办的各种仪式或庆祝活动。

商务庆典活动形式多样,如开业庆典、周年庆典、颁奖庆典、开工庆典、竣工庆典等,其中以开业庆典、周年庆典更为常见。各种庆典活动的组织与管理因事而异,但又有一定的套路可循。



一、商务庆典活动的准备工作

(一) 确定活动主题

不同的商务庆典活动有不同的主题,举办方应当根据举办庆典活动的具体目的以及社会环境、人文环境等因素来确定活动的主题,然后围绕主题安排整个活动的内容,内容的安排要注意突出主题。

(二) 做好舆论宣传

举办各种商务庆典活动的主旨在于塑造本企业或组织的良好形象,吸引社会各界的关注,争取公众的认可和接受,而舆论宣传的作用至关重要。

企业或组织可以选择有效的大众传播媒介,在报纸、电台、电视台等媒介进行集中的广告宣传,内容一般包括庆典活动的举办日期、地点、主要活动等。

企业或组织还可以邀请新闻记者庆典活动举办之前到现场进行采访报道,以便进一步进行正面宣传。

(三) 做好来宾邀请

1. 拟订邀请名单

商务庆典活动影响的大小,往往取决于来宾身份高低与数量多少。一般来讲,邀请来宾的范围包括以下几类。

(1) 上级领导。邀请地方领导、主管部门领导及地方职能管理部门的领导,感谢他们对本企业或组织的关心和支持。

(2) 社会名流。邀请社会名流参加商务庆典活动,是为了更好地提高本企业或组织的知名度。

(3) 新闻记者。通过新闻记者对商务庆典活动的报道宣传,加深公众对本企业或组织的了解与认可,扩大社会影响。

(4) 同行人士。邀请同行人士参加商务庆典活动,表达希望有更多、更好合作的良好愿望。

(5) 社区代表。邀请社区代表的目的是搞好本企业或组织与本地区的关系,让更多的人关心、支持本企业或组织的发展。

(6) 员工代表。员工是企业或组织的主人,每一项成就的取得都离不开员工的辛勤工作。邀请员工代表参加庆典活动会让员工更有归属感和荣誉感。

2. 及时发出邀请

拟订好邀请来宾名单,经领导审定后,应分别印制精美雅致的请柬,提前两周左右寄达或送呈给被邀请者,以便被邀请者安排时间,按时赴会。在活动举办前三天再电话核实有无变动,对贵宾宜在活动举办前再核实一次。

(四) 确定主持人和致辞人

主持人可以是相关领导,也可以是有一定影响的电台、电视台或礼仪庆典公司的主持人。主持人应当仪表端庄、仪态大方、反应机敏、口才良好,并熟悉整个活动的程序。

致辞人除举办方的领导外,还要在来宾中选择嘉宾致辞人,一般由上级领导或来宾中身份较高者担任,并事先和对方进行沟通和确认。致辞人确定好后,要为其准备好致辞稿。

(五) 拟订庆典程序

每次商务庆典活动的内容和程序视具体情况而定,一般包括如下内容。

(1) 主持人宣布庆典活动开始。

(2) 升国旗、奏国歌或升公司旗、奏公司歌。

- (3) 介绍领导、嘉宾。
- (4) 举办方负责人和来宾代表致辞。
- (5) 剪彩、授奖、参观等。
- (6) 酌情安排宴请或文艺演出。
- (7) 留影、题字等。

案例

珠海溢民发展有限公司开业庆典时间安排表

10:00~10:30	醒狮,礼仪小姐迎宾
10:30~11:00	开业典礼正式开始 邀请郑总经理致辞,邀请嘉宾剪彩
11:00~11:30	参观公司
12:00~14:00	公司在步步高大酒店设宴,请嘉宾共进午餐
17:30~18:00	在度假村酒店星光厅迎宾
18:00	晚宴正式开始入席
18:10~19:00	司仪邀请郑总经理致辞 致辞完毕晚宴正式开始
19:00~20:30	精彩节目表演及黄金抽奖活动
20:30~22:00	世纪之星夜总会活动

(六) 安排剪彩事宜

如果是公司成立、商场开业或大型工程奠基仪式、竣工仪式等庆典活动,一般都需要举行剪彩仪式。安排剪彩事宜主要包括以下三个方面的工作。

1. 剪彩者的确定

剪彩者一般由上级领导、合作伙伴或社会知名人士担任。根据惯例,剪彩者可以是一个人,也可以是几个人,但是不应当多于五个人。剪彩者名单一经确定,应当尽早告知对方,让其早有准备。在一般情况下,确定剪彩者必须尊重对方个人的意见,需要由

几个人同时剪彩时,应当分别告知每位剪彩者届时他将与何人同担此任。

案例 特殊的剪彩

某服装公司在开业时,没有举办隆重的开业仪式,而是在开业的当天,向首先进入服装公司营业厅的 20 位顾客发放了号码,并请 8 号与 18 号两位顾客为公司开业剪彩,充分体现了“顾客就是上帝”的宗旨。

2. 助剪者的挑选

助剪者指在剪彩过程中为剪彩者提供帮助的人员,即通称的礼仪小姐。礼仪小姐常由举办方挑选年轻、精干、身材和相貌较好的年轻女职员担任,也可以到专业组织聘请。礼仪小姐确定并做好分工后,要进行必要的培训和演练,让她们熟悉程序,保证剪彩仪式的顺利进行。

知识链接 剪彩仪式上礼仪小姐的分工

- 迎宾者:任务是在活动现场负责迎来送往。
- 引导者:任务是在进行剪彩时负责带领剪彩者登台和退场。
- 服务者:任务是为来宾尤其是剪彩者提供饮料等生活关照。
- 拉彩者:任务是在剪彩时展开、拉直红色缎带。
- 捧花者:任务是在剪彩时手托花团。
- 托盘者:任务是为剪彩者提供剪刀、手套等剪彩用品。

3. 剪彩用品的准备

剪彩用品主要有红色缎带、新剪刀、白色薄纱手套、托盘以及红地毯等。

(1) 红色缎带

即剪彩仪式之中的“彩”。按照传统做法,它应当由一整匹未