

陕西省教育厅高职高专教育教学改革与建设研究项目

GAOZHIIYINGYONGYUWEN

高职应用语文

○ 主编 戴夏燕 赵新战



西北大学出版社

陕西省教育厅高职高专教育教学改革与建设研究项目

GAOZHIIYINGYONGYUWEN

高职应用语文

主 编 戴夏燕 赵新战

副主编 王红相 党红琴

参 编 朱荣梅 屈 波 陈志平

—— 杨亚丽 王晓炜



西北大学出版社

内容简介

本书采用应用文写作与口才训练相结合的结构形式,囊括了公司所有常用应用文体和汉语口才训练。教材汲取当前最新应用写作信息和成果,介绍了公司新型常用应用文,如“企业简介”“公司设立申请书”“项目建议书”等文本的写作技法,并链接了“手机短信”“电子邮件”等日常新型公文文体写作知识;同时分别对“演讲”“辩论”“主持”“谈判”等不同类型的实用口才进行训练指导;并附录了语言文字表达的相关法律法规。本书容量大,阐述简明,注重实例分析、文体训练和异同辨析,写与说的实用能力训练互补;每章设“文本引导”“能力训练”“小结拓展”,努力创设实际应用的演练情景,总结和吸收了大量有效训练的成功经验和方法。

图书在版编目(CIP)数据

高职应用语文 / 戴夏燕, 赵新战主编. — 西安: 西北大学出版社, 2008.8

ISBN 978 -7 -5604 -2515 -3

I. 高... II. ①戴...②赵... III. 汉语—高等学校: 技术学校—教材
IV.H1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 120312 号

高职应用语文

主 编 戴夏燕 赵新战

出版发行 西北大学出版社

社 址 西安市太白北路 229 号

电 话 029 - 88303042

邮政编码 710069

经 销 新华书店

印 刷 陕西向阳印务有限公司

版 次 2008 年 8 月第 1 版

印 次 2008 年 8 月第 1 次印刷

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 18.25

字 数 420 千字

印 数 1—5000

书 号 ISBN 978 -7 -5604 -2515 -3

定 价 28.00 元

2006年陕西省教育厅(陕教高〔2007〕16号)启动了“陕西21世纪初高等教育教学改革工程”2007~2008年研究项目(高职高专部分),杨凌职业技术学院承担了“高职高专教育语文课程教学内容改革建设的研究与实践”(06G35)研究项目。该项目结合教育部关于“国家示范性高等职业院校建设计划项目”精神,在杨凌职业技术学院高职教育研究室和杨凌职业技术学院公共课教学部的指导下,项目组全体成员在对省内外各高职院校和有关企业为期两年调研的基础上,结合当前高职课程改革和语文课的教学实际,决心探讨一种有效帮助高职学生提高应用写作与口语表达能力的途径。一方面搜集优秀教材,吸取他人经验;另一方面结合自身高职教育实践的体会,力求最大限度发挥教学效用。我们体会到,阅读与思考是口才和写作的基础,口才和写作是阅读与思考的消化和应用。经过一年多的齐心努力,终于编写出这本《高职应用语文》奉献于高职学子。

《高职应用语文》体现了“以服务为宗旨、以就业为导向、走产学研结合的发展道路”的高职教育人才培养方向,紧扣教育部《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》《关于加强高职高专教育教材建设的若干意见》和“国家示范性高职人才培养模式,在工学结合中体现工作过程设计教学过程和课程内容”的教学理念,坚持以“必要、够用”和“易教、易学”为编写尺度,突出培养高职高专学生较好的应用写作能力和良好的汉语口语交际表达能力,以满足学生顶岗实习,参与企业生产、经营、管理和就业的需求。

上编“应用文写作训练”部分,充分体现应用文“应对”和“致用”的本质特点。现代社会各类应用文书的制作过程是思维的深化、定型、储存的过程,“应对”为“历时应变”,“致用”为“量身定做”。

我国社会主义市场经济的发展日见繁盛,许多单位招聘人员时,大都把具有良好的应用写作能力作为被聘用的重要条件,高职语文教育中对学生进行应用写作教育,无疑为其提供了一个平台,对学生就业、创业的开拓与发展和个人专业能力的充分发挥大有裨益。

为此,应用文写作不仅要继承“共时应变”的格式,还必须承受“历时应变”的一系列新文种和格式的挑战与建设,这是时代赋予应用文写作教学的重大使命之一。“致用”就是在应用文写作教学中,必须围绕实实在在的“致用”组织和开展教与学,课程建设和教学活动务必加强实用性训练环节。

下编“实用口才训练”部分,选择了“口语交际基础”“口语一般能力训练”“特殊能力训练”三方面内容并设计大量习题,旨在结合课堂内外的活动和训练,培养和提高高职学生日常口语交际的能力及水平。

附编所收录的内容,为语文学习者必须熟知的国家语言文字的基本法规和制度,目的在于满足语文教育教学规范化的需要。

教材特色:

一、教材内容选择适宜学生顶岗实习、就业和职业发展,以及各类企业经营管理常用的具有代表性的各类文书、日常口语表达能力类型和训练。

二、编写体例注重创新。每章有“学习目标”提示。上编“应用文写作训练”每一文种按照“文本引导—写作知识—能力训练—小结拓展”四个模块编写,力求体现应用写作规律,满足当下教学实际需要;下编“实用口才训练”按照“案例引导—圆桌讨论—知识点拨—训练拓展”四个模块编写,突出口语训练教学的可操作性。

三、注重语文能力的训练。强调“不应该这样写”,明确“应该怎么写”。所选每一文种均以“病文分析”和“给材料写作”两类训练题目,强化书面表达能力培养。

四、强化学生解决实际问题的意识和书面文本生成意识。“应用文写作训练”的“写作知识”“小结拓展”两个模块,下编“实用口才训练”的“知识点拨”“训练拓展”两个模块,旨在增强学生知识迁移的灵活运用。

五、突出时代性和实用性。上编“应用文写作训练”的“文本引导”“能力训练”两个模块,下编“实用口才训练”的“案例引导”“训练拓展”两个模块,注重与国家相关职业技能资格鉴定标准相结合,体现“十五”和“十一五”国家及行业法律和法规文本的引用,体现“90”大学生的社会生活经验和实际社会需要,引导高职学生克服书面表达的“文不为用”“意不称物”“言不达意”等语文能力方面的弊端。

《高职应用语文》是“高职高专教育语文课程教学内容改革建设的研究与实践”(06G35)研究项目的研究成果之一,由项目主持人戴夏燕策划。各章执笔分工如下:第一章,第二章,附录一、二、三由戴夏燕撰写;第三章由陈志平撰写;第四章,附录四、五、六由赵新战撰写;第五章由屈波撰写;第六章由杨亚丽撰写;第七章、第十章由党红琴撰写;第八章由王红相撰写;第九章、第十一章由朱荣梅撰写。本书初稿完成之后,戴夏燕对全部书稿进行统稿、修改、润色,最后由戴夏燕、赵新战、朱荣梅共同统一体例、定稿。

《高职应用语文》能得以顺利出版,得到了杨凌职业技术学院公共课教学部张坐省教授、杨凌职业技术学院职教研究室王治中副教授的指导。同时,杨凌示范区工商行政管理局蒋团谋先生、北大方正科技股份有限公司王虹先生、杨凌职业技术学院经济管理与贸易系张振刚老师给予指导和帮助,在此一并致以谢意。

《高职应用语文》在选用各类文种的例文和案例上最下工夫,也是本书的亮点。我们努力选用贴近生活的、新近的、规范的、短小的和有教益的范例,但出于编写宗旨的要求,有的不得不进行了一些删改,在此我们对原作者表示真诚的致意。我们也衷心欢迎读者参与今后的研讨和修订。

《高职应用语文》编写过程中,直接或间接地参考了国内许多著作、教材、期刊、网站的文章,在此谨向这些作者深表谢意。

“不为积习所蔽,不为时尚所惑”,由于时间仓促、水平有限,粗陋之处在所难免,恳切希望同行专家和广大读者批评、指正。

编著者

2008年5月于陕西·杨凌

上编 应用文写作训练

第一章 应用文写作概论

第一节 应用文的功能	/2
第二节 应用文写作知识	/6

第二章 公司组织文书

第一节 公司设立登记申请书	/14
第二节 公司章程	/19
第三节 公司名称	/25
第四节 项目建议书	/30
第五节 可行性研究报告	/38
第六节 企业简介	/43

第三章 公司管理文书

第一节 计划	/47
第二节 总结	/51
第三节 简报	/56
第四节 通知	/61
第五节 通报	/65
第六节 报告	/69
第七节 请示	/72
第八节 会议纪要	/75

第四章 公司经营文书

第一节 市场调查报告	/82
第二节 市场预测报告	/89
第三节 广告策划书	/95
第四节 广告文案	/99
第五节 招标书	/103

第六节 投标书	/107
第七节 经济合同	/110

第五章 公司公关文书

第一节 欢迎词	/115
第二节 祝贺词	/118
第三节 慰问信	/121
第四节 倡议书	/125
第五节 请柬	/129
第六节 商函	/132

第六章 公司法律文书

第一节 仲裁申请书	/138
第二节 仲裁答辩书	/141
第三节 经济纠纷起诉状	/146
第四节 经济纠纷上诉状	/150
第五节 经济纠纷申诉状	/154
第六节 经济纠纷答辩状	/158

第七章 研究文书

第一节 经济研究论文	/162
第二节 科技报告	/170
第三节 毕业论文	/175
第四节 毕业设计说明书	/181

第八章 职业文书

第一节 自荐信	/187
第二节 述职报告	/191
第三节 辞职信	/199

下编 实用口才训练

第九章 口语交际基础

第一节 口语交际特征	/204
第二节 汉语口语交际主体素养	/208
第三节 汉语口语交际语病原因及分析	/214

第十章 口语一般能力训练

第一节 说话能力	/220
----------------	------

第二节	演讲能力	/224
第三节	论辩能力	/231

第十一章 口语特殊能力训练

第一节	主持能力	/238
第二节	谈判能力	/244
第三节	求职能力	/249

附 编

附录一	国家行政机关公文处理办法	/258
附录二	国家行政机关公文格式（节选）	/263
附录三	出版物数字用法的规定	/267
附录四	标点符号用法	/271
附录五	校对符号及其用法	/277
附录六	应用写作常用词语汇释	/279

参考文献	/282
------------	------

上 编

应用文写作训练

- 应用文写作概论
- 公司组织文书
- 公司管理文书
- 公司经营文书
- 公司公关文书
- 公司法律文书
- 研究文书
- 职业文书

第一章 应用文写作概论

学习目标

了解应用文的功能；掌握应用文写作的基础知识；写作格式正确、语言准确、表达清楚的应用文章。

第一节 应用文的功能

文本引导

北大方正科技集团股份有限公司简介

北大方正集团是中国改革开放以后成长起来的著名高科技企业，1986年由北京大学投资创建。集团拥有6家在马来西亚等国以及上海、深圳、香港股票交易所上市的公众公司和遍布海内外的20多家独资和合资企业，员工15 000余人，名列国家首批6家技术创新试点企业之一、500家国有大型企业集团之一、120家大型试点企业集团之一。

持续创新是方正发展的原动力。自成立以来，方正集团一直秉承“创新科技与文明”的理念和宗旨，坚持方方正正做人、实实在在做事的精神，将“技术顶天”与“市场立地”相结合，走出了一条产、学、研一体化的特色道路。方正引领全球华文报业实现了“告别铅与火，迎来光与电”的产业革命。方正的核心技术产品已经进入了日文、韩文等东方文字市场和西文出版领域。方正传媒及信息技术、电子书出版、数字广电等领域都开发出系列先进技术和产品，推动着中国信息产业的持续进步。

多年来，方正集团坚持以IT为主业，有选择地进入到通讯、金融、医药等传统行业，主动寻求跨越式发展，将方正做实、做强，成为一个技术型、创新型、国际化的企业集团。

公司名称：北京北大方正集团公司

电 话：010-82529988

传 真：010-82529506

地 址：北京市海淀区城府路298号中关村方正大厦9层

邮 编：100871

服务热线：010-82859988

公司主页：www.founderpku.com

邮 箱：contact@founder.com

写作知识

一、应用文的功能

应用文是国家党政机关、企业事业单位、社会团体或公民个人，在工作、生活和学习中，用以处理公务或私务、传播信息、表达意愿而撰写的具有一定惯用体式的实用性文章。

应用文伴随着国家和文字的出现而产生，同时也随着生产力的发展和社会的进步而不断发展变化。

1. 应用文历史沿革

应用文在我国源远流长，已有 3500 多年的历史。自远古至战国时期，是我国古代应用文的萌芽期，其代表作为甲骨文、钟鼎文和《尚书》。

秦汉时期，确立封建专制国家的官方文书，如书、议、策、论、疏等古代书信体公务文书。

魏晋南北朝时期，人们在应用文的写作和理论与研究与总结方面有所建树，为后世应用文发展奠定了基础。其中曹丕的《典论·论文》和刘勰的《文心雕龙》值得珍视。

唐宋时期，唐“古文运动”的载道、明志，对应用文产生了深远影响。应用文文体繁多，格式完备，名篇佳作大量涌现，如魏征《谏太宗十思疏》、韩愈《论佛骨表》、柳宗元《段太尉逸事状》、王安石《答司马谏议书》、陆羽《茶经》、孙思邈《千金方》、沈括《梦溪笔谈》和李诫《营造法式》等。

元明清时期，由于严酷的政治和文化环境，限制了思想、文化、艺术及应用文的发展，但文人书信和应用文写作理论研究成果为后世产生了积极影响，如海瑞《治安疏》、顾炎武《与友人书》、龚自珍《与吴虹生书》、林觉民《与妻书》、吴讷《文章辨体》、姚鼐《古文辞类纂》、刘熙载《艺概·文概》等。

辛亥革命引起应用文的变革，废除封建王朝的公文体式，1912 年南京临时政府颁发的《公程式》规定了公文的种类、格式和惯用语等，要求使用白话文和新式标点符号。

新中国成立后，党和政府历经多次改革，建立了我国行政公文系统，逐步实现了公文规范化、系统化和科学化。

随着改革开放和具有中国特色的社会主义市场经济体系的建立，各行各业的应用文得到迅速发展，经济、科技、法律、文化、媒体等诸类应用文新文种不断涌现，应用文写作研究成果引人瞩目，社会对应用文的重视程度前所未有。

2. 应用文的作用

应用文是根据文章的功能所划分的一大类文体类别。目前，比较流行按其使用功能来划分，有通用类应用文和专用类应用文两种。通用类应用文包括个人事务类、通用事务类、行政公文类；专用类应用文包括传播类、财经类、科技类、法律类等。

应用文在社会生活中主要发挥领导和指导、宣传和教育、联系和关照、规范和制约、依据和凭证的作用。

二、应用文写作的特点

1. 实用性

应用文主要用于处理公务、办理事务、协调关系、解决实际问题，其功能广泛、明确、具体、直接地表现为实用。应用文的实用性也是其价值之所在。

2. 真实性

应用文必须按照客观事物的本来面目进行写作。应用文写作中所涉及的人物、事件、数据等，必须客观、真实、准确，不允许虚构、夸大、想象和推测，否则难以发挥应用文应有的作用。

3. 时效性

应用文写作必须讲究时间和效益。首先，随时收集和反馈各种信息资料，迅速、及时、准确地领会有关方针政策的精神及领导意图；其次，应用文本传递、阅读、办理等环节，讲究及时、准确。

4. 规范性

应用文的绝大多数文种在长期使用中逐渐形成某种惯用的固定格式，并为社会公认和接受，具有“约定俗成”性；其中，国家机关公文和一些专用应用文更有严格的规定格式，具有“法定使成”的特点。所以，文本写作要求遵循一定的规范体式，不能随意更改和杜撰。

5. 简约性

应用文的语言属于事务语体，要求文字简练，表达平直，明确自然，通俗易懂；文风崇尚庄重严谨，多用叙述、说明、议论表达方式。

三、提高应用文写作能力的途径

第一，提高政策理论素养。应用文写作的过程，就是依据、理解、表达、执行法规政策的过程。因此，要使其写作的内容与国家和行业的政策、法规相一致，使之具有合法性、政策性、科学性和可操作性，撰写者只有加强理论修养，提高法规政策水平，才能保证应用文写作质量。

第二，丰富行业专业知识。应用文的写作目的，是为了解决现实中的实际问题。每一行业、部门、岗位都有其具体业务和工作要求，只有懂得行业规律，调查研究，熟悉有关情况，尊重受文对象，才能写出符合工作实际、有利于开展工作的应用文。因此，提高业务水平，是写好应用文的基本条件之一。

第三，加强基本写作技能。应用文的特定体式有别于其他文体，因而其写作有特殊的方法和规律。掌握应用文写作知识，不等于具备写作能力，不一定能够写好应用文，只有不断训练，加强写作实践，才能将知识转化为能力。因此，多写多练，是提高应用文写作能力的基本途径。

第四，提高语言表达能力。语言表达水平直接影响应用文的质量。应用文写作也必须

遵守一般写作的规律,学好语法、逻辑、修辞,在提炼主旨、选择材料、安排结构、起草修改、遣词造句等方面不断积累和练习,是写好应用文的基础。

能力训练

一、选择题

- 1.《北大方正科技集团股份有限公司简介》的文本属于应用文中的()。
A. 事务类文书 B. 行政公文类文书 C. 传播类文书 D. 科技类文书
- 2.《北大方正科技集团股份有限公司简介》主要功能是()。
A. 处理公共事务 B. 传递信息 C. 解决问题 D. 实行管理
- 3.《北大方正科技集团股份有限公司简介》文中“告别铅与火,迎来光与电”的语句属于()表达手法。
A. 说明 B. 议论 C. 叙述
D. 抒情 E. 描写
- 4.《北大方正科技集团股份有限公司简介》文中“IT”一词属于()。
A. 习惯用语 B. 专有名词 C. 缩略语 D. 英文缩写
- 5.“创新科技与文明”的引号作用是()。
A. 引用 B. 强调 C. 特指 D. 修饰

二、改错题

阅读下列讲话稿,并回答问题:

巨臣股份有限公司股东大会讲话稿

董事长 杨 过

各位先生,各位女士,各位朋友们:

欢迎前来参加这个盛大的聚会。今年是本公司快速成长的一年,在此,请允许我代表董事会向为此付出辛勤劳动的全体员工表示感谢。正是由于全体员工的不懈努力,本公司在过去的5年中,克服了种种不利因素带来的困难,业绩增长了40倍,股票价格上涨了300%。

在过去的几年中,本公司在面对加入WTO带来的压力的同时,在技术积累和人力资源开发方面取得了长足的进步,为公司的下一步发展奠定了坚实基础。我相信,在全体员工的不懈努力和各位股东的鼎力支持下,本公司在不远的将来一定能实现跻身世界同行500强的目标,各位股东也将获得丰厚的回报。

但是还要看到,机遇与风险并存。IT产业属于高成长、高风险的行业,技术创新投入巨大,市场环境瞬息万变,本公司的发展也将面临众多困难和挑战。董事会有信心领导企业,迎接挑战,开拓前进,取得新业绩。

各位先生,各位女士,最近有传本公司出现财务问题,这是毫无根据的。谣言是不攻自破的,我们这次股东大会的召开,就是要向各位股东澄清这一点。现在,我宣布巨臣股份有限公司股东大会开幕。

××××年××月××日

1. 这份讲话稿的主旨方面存在什么问题?
2. 这份讲话稿的标题有什么问题? 应该怎样写?
3. 这份讲话稿的称谓规范吗? 如不规范, 应该怎样写?
4. 这份讲话稿语言表达方面存在什么问题?

三、材料写作

阅读下列资料, 并回答问题:

健康好礼, 呵护爸妈的心。雀巢深知在不同年龄阶段, 我们会有不同的健康和营养需要。科学研究证明, 不饱和脂肪酸有利于降低血液中的胆固醇, 帮助维持心血管的健康。拥有超过 137 年营养研究经验和 16 个营养研究中心的雀巢, 专门为中老年研制出雀巢中老年奶粉。雀巢中老年奶粉特别添加了不饱和脂肪酸, 关爱从“心”开始! 为了满足中老年的营养需要, 雀巢中老年奶粉还加入了钙质, 并降低了脂肪含量。另外, 由于本品不含蔗糖, 它免除了消费者对血糖及食品热量摄取过高的担心。雀巢中老年奶粉不仅是一个优质产品, 还是您送给至爱亲朋的健康好礼。关心从“心”开始! 祝大家新春愉快! (落款略)

1. 指出所给材料的主旨。
2. 从结构层次方面组织广告文。

小结拓展

陆游在《冬夜读书示子聿》诗中写到: “纸上得来终觉浅, 绝知此事要躬行。” 你怎样理解这句诗的意思?

刘勰在《文心雕龙·议对》中指出: “郊祀必洞于礼, 戎事必练于兵, 田谷先晓于农, 断讼务精于律。” 结合你的写作实践, 谈谈你的体会。

链接提示

应用文与文学作品的社会功能有哪些不同?

第二节 应用文写作知识

文本引导

移动梦网营销策划书

一、前言

伴随着中国信息产业市场多元化进程的加快和中国加入 WTO, 电信市场的竞争日趋激烈。中国移动通信公司除了与中国电信、联通、网通等国内企业竞争外, 还必须面对跨国公司的疯狂扩张。迫于目前严峻的形势, 中国移动通信公司必须寻求新的经济增长点来取胜于激烈的竞争。移动梦网——

传统的语音业务向数字业务领域扩展的技术平台,正是在这一形势之下推出的。它是中国移动通信集团公司推出的移动数据业务商业计划,基于移动梦网的技术平台所具备的声讯及 WEB, WAP, SMS, STK 接入方式,提供客户以移动信息为服务内容的信息查询、点播、个性化定制和电子交易业务。本策划书首先着眼于开拓西安高校市场,向广大大学生进行移动梦网的广告宣传,然后辐射全社会,提升移动梦网在广大互联网用户中的形象。

目前,新推出的数字业务主要有主叫显示、WAP 业务、国际自动漫游、信息点播、英汉字典、“神州行”储值卡和移动 QQ 等。(请点击 [www. monternet. com](http://www.monternet.com) 获取详细资料)

二、市场分析

(一) 市场前景分析

移动梦网是中国移动通信公司对外信息的窗口,是数字新业务的技术平台。它依托中国移动通信集团公司的雄厚实力,从真正意义上实现移动互联,引领时代潮流。据初步统计,西安高校在校大学生手机普及率在 8%~16% 之间,上网人数超过 93%,手机持有者基本全部上网。但在所有上网同学中,知道移动梦网的同学不足 20%,登陆过或了解其数字业务的则更少。由此可见,中国移动通信公司对移动梦网及其新业务在大学生中的宣传力度还不足。

从长远战略看,大学生在未来 2~5 年内 80% 以上都会成为手机用户,这是一个巨大的潜在消费市场。而且,大学生毕业后分散到各个行业,通过他们能够带动和影响部分社会消费者,从而将市场拓向全社会。

大学生思想活跃,易于接受新的事物,这更有利于宣传。因此,在高校宣传对移动通信的发展及新业务的开展,都有举足轻重的作用。

综上分析,高校市场潜力巨大、前景广阔,因而在大学生中做好移动新业务的宣传是非常重要的。

(二) 市场细分及市场定位

1. 目标市场

以目前在校大学生作为目标消费者,对移动梦网及其业务进行宣传,既可以争取现有的市场份额,又可以积极开拓未来广阔的潜在市场。以高校宣传作为首要切入点,是一个很明智的选择。

根据移动梦网的业务特点,我们将目标人群分为两类:①目前没有手机,但即将拥有手机;②目前拥有手机,将来需要移动新业务。

2. 消费者分析

目标消费者定位于文化程度较高、经济状况较好、经常上网、拥有手机的人群层次。对于目前拥有手机者,应让他们了解和应用新业务,并尽力争取这份市场;对于目前没有手机、将来会拥有的一族,应首先发展为中国移动的用户,然后让他们了解并应用新业务。

3. 市场竞争态势

从目前的移动通讯市场看,有联通、网通、铁通等通讯运营商,随着我国加入 WTO,将有更多、更强的外国电讯公司参与竞争,移动通讯市场将变得更加激烈、残酷。从互联网的角度看,网民首选的是比较著名的专业门户网站(新浪、搜狐、网易等),很少选择其他网站,只要将二者结合起来,就能增强移动梦网的竞争实力。

4. 市场优势机会(略)

5. 业务定位(略)

三、营销组合策略

(一) 户外广告(略)

(二) 领导专题讲座(略)

- (三) “移动杯”足球赛 (略)
- (四) 文艺会演 (略)
- (五) 设立奖学金 (略)
- (六) “移动环保有奖征文”活动 (略)
- (七) 发宣传资料 (略)
- (八) 消费者信息反馈热线 (略)

四、效果评估

从经济效果看,通过以上长期及短期的广告宣传和诱导,自然会吸引一部分消费群体,获取一定的市场份额,给企业带来利润。更重要的是稳定了大部分未来的、潜在的消费者,从而达到广告的最基本、最重要的效果——经济效益。

从社会效果看,定位于高校,赞助高校各项活动,就是对社会文化教育的贡献,对社会主义精神文明和物质文明的促进,从而产生深远的意义和影响。

从心理效果看,通过各种活动的赞助,拉近了消费者与企业 and 产品的距离,培养了消费者对产品的信任 and 好感,树立了良好的品牌形象和企业形象。

策划单位:××邮电学院市场调查策划中心 (公章)

策划指导:张××教授

策划成员:马×、钟××、杜××、洪××

2004年×月××日

写作知识

应用文写作原理和一般文章的写作原理基本相同,但也有它的特殊性,即重“以用为尚”。因而,在长期的使用和写作实践中,应用文写作形成了自己的理论体系。

一、确立主旨

1. 主旨类型

- (1) 思想型:主旨表达应用文作者的意见、态度、看法和要求等。
- (2) 信息型:主旨向读者提供某种信息,概括说明事物的性状、特点、数量和指标等。

2. 主旨特点

(1) 准确性:应用文的观点、意图、意见和办法等,要符合党和国家的方针政策,符合有关的法律法规,符合客观实际情况,并且能够正确反映客观事物的本质规律,对工作起积极指导作用,经得起实践的检验。首先,主旨要正确,不能存在错误;其次,要有针对性,不能无的放矢。

(2) 鲜明性:应用文的基本思想、态度和观点必须明确;要求、态度和说明应表述清楚;有针对性、原则性和完整性,不能含而不露、模棱两可,让受文者去猜测和体味。

(3) 集中性:应用文文本的行文目的要单一、突出,其写作一般要求“一文一事”“一文一旨”“一文一议”,强调及时处理和解决具体问题。

3. 主旨表达

- (1) 题目明旨：应用文的标题概括点明主旨。
- (2) 开篇明旨：应用文正文部分开篇点明主旨。
- (3) 片言居要：主旨句置于全文内容重大转折和因果分析的关键之处。
- (4) 一线贯通：主旨通过小标题贯穿应用文全文的各个部分，使全文形成一个有机的整体。

二、积累材料

1. 材料类型

- (1) 事实材料：能够反映部门或单位的历史和现实、正面和反面、点与面、专项和综合的基本数据和事实。
- (2) 理论材料：有关国家、行业、部门等制定的路线、方针、政策、法律和法规；有关问题的理论、原理、论断等资料。

2. 搜集方法

- (1) 调查研究：通过访谈、蹲点、问卷等调查方法，获取事实、数据等资料。
- (2) 查阅检索：利用档案、年鉴、简报、图书、报刊、网络等查阅搜集文字资料。
- (3) 学习积累：平时注重理论学习和业务学习，从多方面积累。

3. 材料特点

- (1) 真实性：材料真实是由应用文的实用性决定的，因此，选择材料时要甄别材料的真伪，核实材料中的时间、地点、人物、事件、数据等情况。
- (2) 典型性：应用文所选材料能够反映事物的共性和特征，揭示事物的本质和规律，对主旨具有很强的说服力。
- (3) 新颖性：新鲜的材料是产生、确立、表现和印证新思想与新观点的依据，新情况、新思想更符合时代的特点，更容易引起人们思想的共鸣。

三、选择结构

1. 结构类型

- (1) 总分式：应用文正文先对内容做简要的总体概述，然后依次分别展开叙述的结构形式。
- (2) 并列式（横式）：应用文正文的各个层次之间是平行关系的结构形式。
- (3) 递进式（纵式）：应用文正文是以时间为线索，或按逻辑关系逐层深入展开的结构形式。

2. 结构特点

- (1) 规范性：应用文结构具有“模式化”的特点，表现为相对固定的格式要求，即“法定使成”，如公文、法律、经济等文书；同时更多地表现为惯用格式的要求，即“约定俗