



高 职 高 专 经 济 管 理 类 规 划 教 材
江 苏 省 示 范 院 校 建 设 成 果 之 一
浙 江 省 高 等 教 育 重 点 建 设 教 材

国际商务文化与礼仪(实训篇)

International Business Culture and Etiquette (Practice)

主 编 蒋景东 刘东光 刘仿强

主 审 章安平 王 华



高职高专经济管理类规划教材
浙江省高等教育重点建设教材
江苏省示范院校建设成果之一

第三期“全国高职高专英语类专业教学改革课题”——《“需求分析”视域下高职商务英语学生核心能力培育的策略研究》(项目编号:GZGZ7611—274)的研究成果之一。

2011—2012 年度中国职业技术教育学会高职高专英语类教学改革与建设课题——《基于“需求分析”理论的高职商务英语学生核心能力培育模型的构建》(项目编号:2011022)的研究成果之一。

国际商务文化与礼仪

(实训篇)

本书主要参写人员

主 编 蒋景东 刘东光 刘仿强
副主编 陈国雄 刘婷婷 洪 伟 王慧盛 张 敏
主 审 章安平 王 华



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

国际商务文化与礼仪.实训篇 / 蒋景东,刘东光,
刘仿强主编. —杭州:浙江大学出版社,2012.12

ISBN 978-7-308-10904-8

I .①国… II .①蒋…②刘…③刘… III .①国际商
务—文化—高等学校—教学参考资料②国际商务—礼仪—
高等学校—教学参考资料 IV .①F740②F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 297493 号

国际商务文化与礼仪(实训篇)

蒋景东 刘东光 刘仿强 主编
章安平 王 华 主审

责任编辑 周卫群

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 杭州中大图文设计有限公司

印 刷 德清县第二印刷厂

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 23.25

字 数 566 千

版 印 次 2012 年 12 月第 1 版 2012 年 12 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-10904-8

定 价 39.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部邮购电话 (0571)88925591



FOREWORD 前言

商务文化是人类为社会生存和发展在设计、生产、经营和消费商品的实践活动中形成的物质和精神成果的总和。商务文化是人类社会商务实践的产物,脱离了具体的商务运作环境,其文化功能就无从谈起。人类的传统文化、生存的文化环境、文化模式等,都会对商务文化产生深刻的影响。

中国和西方有着不同的历史发展道路、不同的环境、不同的文化底蕴。因此,中西方在思维、个性、价值观、言谈举止和风俗习惯方面有着极大的差异。

中西方的文化差异导致了截然不同的商务礼仪。当今世界全球化程度日益加深,商务人士要想成功地进行国际商务交往,就必须从文化层面理解和认识国际商务礼仪,及时调整自己的礼仪行为,避免产生不必要的误会,最终促进国际商务活动的顺利开展!

礼仪是一种文化现象,文化现象往往是诸多文化因素相互作用而产生的一种综合。礼仪在人际交往中最基本的功能就是规范人的各种行为,它始终如一地以一定的、约定俗成的程序和方式来表现律己敬人的完整行为。西方人称其为“人际关系的通行证”。

在国际商务活动中,要达到有效交际的目标,就必须从文化差异的角度去了解国际商务礼仪,去了解跨国商务礼仪的差异。礼仪在细节上体现出了一个国家和民族文明程度的高低,体现了一个民族的文化教养和道德水平。

国际商务文化与礼仪具有很强的可操作性。为了实现高职教育培养出合格的高质量的新型实用型高等职业从业人员,浙江金融职业学院从浙江省教育厅申请了这本重点教材建设,并组织我们进行编写。编写这本书时,正是我工作调动之际,所以这本书也是我调入盐城纺织职业技术学院时的见面礼。

本教材主要根据高职院校人才培养定位以及商务行业服务人员的实际需要来设置教材内容,以整个大商务为背景,既强调了文化的重要性,突出了理论的一定高度,又重点突出了礼仪的实际可操作性和实用性以及针对性强和注重技能训练的特点。在具体内容的编写过程中,采用合作项目教学的方法,通过案例和能力实训以及角色表演和文化沙龙形式进行实训教学,使理论和实践有机结合起来,并通过练习和思考进行强化。本书在五个方面做到了突破,具体如下:

1.教学理念上的突破。以学生为本,凸显“导”字,采用合作项目教学的方法,通过案例和能力实训以及角色表演和文化沙龙形式驱动参与式教学,教师从主讲人、管理者变为导演者、导游者、导航者,学生全面参与教学设计,并成为自我管理的课堂主人,体现“教、学、做”合一的理念。

2.教学内容上的突破。本书主要内容是在大商务的背景下,以礼仪是文化的体现为主线,通过案例分析、能力实训、角色表演和文化沙龙等实训手段,培养学生的实践操作能力,以商务环境下工作项目为导向,以能力培养为主导,以职业技能需求细化分析为根据,以满足岗位技能要求为目标,构建“教、学、做一体化”的内容体系,培养学生的交际能力,以适应社会对商贸从业人员的素质要求。

3.教学方式上的突破。由学生们组建学习团队,创建教学系统,自主学习、集体学习和相互学习;通过各种生动活泼的方式构建互动式课堂;创造合作学习的方法,由学生全面参与课堂教学,并到企业学习;把教学的时空视野从课堂内扩大到课堂外,实现教学渠道与空间的多元化与立体化。

4.教学目标上的突破。注重三维目标,即知识与技能、过程与方法、情感态度与价值观,体现了显性教学和隐性教学相结合的原则。

5.教学链条上的突破。建立学生全面参与的教学系统,从教学理念、教学组织形式到教学和实训全过程的开放式考核,构建了由学生参与的立体化和系统化的集成系统。

本书共分为六篇。第一篇:国际商务文化与礼仪导论;第二篇:国际商务基本礼仪;第三篇:国际商务谈判文化与礼仪;第四篇:国际商务沟通文化与礼仪;第五篇:国际营销文化与礼仪;第六篇:国际商务企业管理文化与礼仪。

本书的编写分工如下:

本书的主编为盐城纺织职业技术学院的蒋景东、浙江金融职业学院的刘东光和刘仿强,三位主编负责编写大纲和模板,并负责统稿和审稿,同时蒋景东还负责编写了第一篇《国际商务文化与礼仪导论》中合作学习模块一《国际商务文化概述》里面的合作学习项目一《国际商务文化的含义》和第二篇《国际商务基本礼仪》的全部内容以及第五篇《国际营销文化与礼仪》的全部内容;刘东光负责编写了第一篇《国际商务文化与礼仪导论》中合作学习模块二《国际商务基本礼仪》中的合作学习项目三《国际商务礼仪的作用》以及第三篇《国际商务谈判文化与礼仪》和第六篇《国际商务企业管理文化与礼仪》的全部内容。刘仿强负责材料的全方面筛选和整理。

本书的副主编由温州职业技术学院的陈国雄和浙江金融职业学院的刘婷婷、洪伟、王慧盛和张敏来担任。陈国雄负责编写了第四篇《国际商务沟通文化与礼仪》的全部内容;刘婷婷负责编写了第一篇《国际商务文化与礼仪导论》中合作学习模块一《国际商务文化概述》中的合作学习

项目二《国际商务文化的要素》和合作学习项目三《国际商务文化的作用》以及合作学习模块二《国际商务基本礼仪》中的合作学习项目一《国际商务礼仪的内涵》和合作学习项目二《国际商务礼仪的特征》。洪伟、王慧盛和张敏负责资料的查找和筛选。

本书在编写过程中得到了浙江金融职业学院教务处长郭福春教授的指导和帮助。同时教务处副处长章安平教授和科研处长王华教授担任了本书的主审,在此表示衷心的感谢!

本书在编写过程中参考了大量文化和礼仪方面的文献和资料,同时也参考了其他专业教材编写的许多体例,在此向相关专家和作者表示衷心的感谢!

由于时间仓促,编者的知识水平有限,本书难免存在着不足和欠妥之处,敬请读者批评指正,以臻完善。

编 者

2012年10月

C 目录

Contents

第一篇 国际商务文化与礼仪导论	1
合作学习模块一 国际商务文化概述	3
合作学习项目一 国际商务文化的含义	3
合作学习项目二 国际商务文化的要素	11
合作学习项目三 国际商务文化的作用	20
合作学习模块二 国际商务基本礼仪	30
合作学习项目一 国际商务礼仪的内涵	30
合作学习项目二 国际商务礼仪的特征	38
合作学习项目三 国际商务礼仪的作用	45
第二篇 国际商务服务礼仪	53
合作学习模块一 国际商务礼仪与职业形象塑造	55
合作学习项目一 国际商务服饰礼仪形象塑造	55
合作学习项目二 国际商务仪态礼仪形象塑造	66
合作学习模块二 国际商务客户服务礼仪	79
合作学习项目一 国际商务拜访礼仪	79
合作学习项目二 国际商务会谈礼仪	88
合作学习项目三 国际商务餐饮礼仪	99
合作学习项目四 国际商务馈赠礼仪	117

第三篇 国际商务谈判文化与礼仪	131
合作学习模块一 文化差异与商务谈判	133
合作学习项目一 文化差异对商务谈判的影响	133
合作学习项目二 基于文化差异的商务谈判策略	140
合作学习模块二 国际商务谈判礼仪	148
合作学习项目一 国际商务谈判前的礼仪	148
合作学习项目二 国际商务谈判中的礼仪	156
合作学习项目三 国际商务谈判后的礼仪	163
合作学习模块三 国际商务谈判的风格与习俗	170
合作学习项目一 文化习俗与谈判风格	170
合作学习项目二 世界各地商人的谈判风格	178
合作学习项目三 涉外商务礼仪与禁忌	186
第四篇 国际商务沟通文化与礼仪	195
合作学习模块一 国际商务沟通文化与礼仪概述	197
合作学习项目一 国际商务文化与沟通	197
合作学习项目二 国际商务电话文化与礼仪	205
合作学习项目三 国际商务信函文化与礼仪	212
合作学习项目四 欢迎辞与答谢辞文化与礼仪	226
合作学习项目五 开幕词与闭幕词文化与礼仪	234
合作学习模块二 国际商务礼仪活动	243
合作学习项目一 国际开业典礼	243
合作学习项目二 国际剪彩仪式	256
合作学习项目三 国际新闻发布会	265
第五篇 国际营销文化与礼仪	275
合作学习模块一 文化与市场	277
合作学习项目一 营销文化与华商文化	277
合作学习项目二 营销文化与环境文化	284
合作学习模块二 国际营销礼仪	289
合作学习项目一 国际营销接待礼仪	289

合作学习项目二 国际营销礼仪	296
第六篇 国际商务企业管理文化与礼仪	303
合作学习模块一 国际企业文化	305
合作学习项目一 企业广告文化	305
合作学习项目二 企业文化与管理文化	312
合作学习模块二 国际商务企业礼仪	320
合作学习项目一 商务介绍礼仪	320
合作学习项目二 商务展会礼仪	327
合作学习项目三 商务节日礼仪	337
合作学习项目四 商务旅行礼仪	345
合作学习项目五 对外交往中的礼宾要求	353

第一篇

国际商务文化与礼仪导论

合作学习模块一

国际商务文化概述



合作学习项目一 国际商务文化的含义

实训目标

1. 提高学生对商务文化的重要性认识,理解商务文化的含义及基本内容;
2. 区分不同的文化,初步认清文化的要素与分类。

实训手段

案例分析;能力实训;文化沙龙

实训 文化的含义、分类及其对国际商务文化的理解

一、实训目的

1. 通过资料讨论和分析,让学生能够充分理解文化在商务活动中的作用及重要性,提高学生学习商务文化基础知识的兴趣和积极性。
2. 通过能力实训、文化沙龙,提高学生的观察能力、与人沟通的能力;并通过对话记录稿的整理,让学生学会倾听,提高信息的收集和整理能力。
3. 通过班级活动组织策划,让学生充分了解文化的构成要素,也充分体味到文化的含义。

二、基本知识要点

(一)文化的含义

文化是一个民族共有的精神家园,它深深地打上了民族的烙印。民族性——多样性——差异性。认同和尊重不同文化存在的合理性与合法性——“各美其美”、“美人之美”!经济全球化、科技全球化——文化全球化。文化的多样性和差异性在宏观层面上可导

致经济、政治乃至军事的冲突,在微观层面上可直接影响不同文化间的人际交往和企业的国际商务活动!(费孝通)

关于文化的阐释,《汉语大词典》的解释是:(1)文治教化。(2)指运用文字的能力及具有的书本知识。(3)人们在社会历史实践过程所创造的物质财富和精神财富的总和。

在甲骨文中,“文”字就像一个人,正面站着,这个人的胸口有一个交错的图案,这个图案很简单,可能是文身,也可能是衣服上的花纹,这是“文”的第一层意思。在身上或者衣服上描绘一些花纹,可增加美感。还有更重要的理由,那就是赋予描绘的图案某种意义。这是“文”的深层意思。《论语》中有这么一句:“文质彬彬,然后君子。”这句话的本意不是说这个人很斯文,温文尔雅,而是说一个人的美好的言行举止、外表体态,要和他的内在精神相协调,相呼应,表里如一,这样才称得上君子。

从这里,我们可以理解,文是外在的美好的东西,但它的美好是代表着某种内在的东西,并且是和内在的东西一致的。《易传》上说:“黄裳元吉,文在中也”。“文”不仅是衣服上的美好的彩饰,也是内在精神的一种反映,正因为如此,才能称得上吉祥。在后来的金文中我们可以看到,很多“文”字的字形,中间的图案变成了一颗心的形状。正是这个原因。

文是美好的精神的表现,也就是道德的象征。后来干脆就专门指美德。郑玄注《礼记》:“文,犹美,善也。”古人把“道德”、“文章”并称,文章的编写如同多彩锦绣的织造,不仅要优美,还要有美好的思想境界。

后世的“文”字,之所以是这么写,可以从哲学上解释。“文”字的上面是一个“玄”字头,玄是天的颜色,也指天,代表着高深莫测的意思。下面的一撇一捺是“爻”字的一半。爻是构成八卦的基础。八卦是古之圣人观天地之象,近取诸身,远取诸物,象形取义而创造出的符号。这个符号代表着万事万物虽然可以不断变化,宇宙万物千变万化,但是我们的祖先却以最简单的方式来认知。这也是为什么中国最重要的经典,号为“万经之首”的《易经》名为“易”的原因之一。再来看看“化”字。甲骨文的“化”字,为一正一反两人正倒相对,其意义是转化、变化。中国人把自然界称为造化,表明自然界的生成和变化。是谁造化了天地万物呢?在中国的古代传说中,盘古开天辟地,他死后,气息化成风和云,声音变成轰轰的雷声,左眼化为太阳,右眼化为月亮,手足与四肢变成大地的四极与五方的名山,血液化成江河,筋脉铺成道路,肌肉形成大地,须发成为星星,牙齿和骨骼化为金属、珍珠、玉石,汗水成为滋润万物生长的甘霖和雨露。盘古之后,出现了女娲。她按照自己的形象,“抟黄土造人”,用黄泥造出了人类。但人总是要死的,为了不使人类灭绝,女娲就替人类建立了婚姻关系,命男女们互相找配偶,让他们生儿育女,一代一代地繁衍下去。

但是“化”这一个字,为什么是两个人正倒相对呢?这样的造字,细究起来非常有意思。《周易》中有这么一句:“刚柔交错,天文也;文明以止,人文也。观乎天文,以察时变;观乎人文,以化成天下。”这句话出现在“贲”卦中。“贲”,意思和“文”是一样的,都是“美好的装饰”之类。先要明白“刚柔交错,天文也;文明以止,人文也”这一句。自然界的各种错综复杂的现象,可以叫做“天文”,而人类中间的各种言行举止、外表体态要很“阳光”,要有分寸,知道什么该做,什么不应该做,这是“人文”。这样下一句就好理解了。“观乎天文,以察时变;观乎人文,以化成天下。”观察自然界的各种现象,才能知道季节变化,便于在生产生活中做出相应的调整;而细察人类的各种美好的风尚和精神,用以教化天下人民,也就是用人的美德去影响人,感化人,让人的境界得到提升。这就是“化”字在“文化中”的本义。

因此我们可以说,“文化”一词,正是反映了从个人道德的提高,发展到整体人类道德提高的过程。在这里,道德的含义与我们现在所理解的有所不同,准确地说,应该是“做人的高境界”的意思。

需要注意的是,这里说的文化,实际上和西方的文化一词也有一些不同。西方的“文化”一词源于农作物的种植,具有物质功利色彩;而中国的“文化”一词,从以上的分析可知,更倾向于人以及人的精神的发展。这也可说是东西文化差别的一个缩影。

盘古的身体各部分化为万物,女娲创造了人。但是中国古人的思想中,由神灵造天地、化万物的传说影响不是很大。中国人更倾向于相信造化是“气”的自造自化,没有神灵在起作用。而人在造化中所起的作用就是“赞天地之化育”,帮助天地化育,弥补天地化育的不足。

(二)文化的分类

1. 广义文化、狭义文化和深义文化

“文化”一词在中国出现比西方早。在中国古代文献中,“文化”即是“以文教化”,以人伦秩序教化世人的意思。

我们认为,要从客观的(objective)、综合的(synthetic)、交叉的(crossed)多层结构的文化科学特点出发,对文化的概念(concept),作广义(broad sense)、狭义(narrow sense)和深义(deep sense)的解释。

一般来说,广义的文化是人改造世界的方式和能力以及改造世界过程中所创造的一切成果,这包括物质成果和精神成果。

狭义的文化特指人们所创造的精神产品(spiritual products),诸如制度(system)、哲学(philosophy)、宗教(religion)、文学(literature)、史学(history)、艺术(art)、科学(science)等。

深义的文化,是更为深层的(deep)、最本质的(essential)、最核心(central)的表现,即是民族性与时代性相结合形成较稳定的民族文化(national culture)、民族心理精神(national psychological spirit)的表现,称为民族魂(national soul)或民族性格(national character)。它有优根性与劣根性之别,既是一个民族精神的象征和特征,又是维护、联系一个民族的无形和有形的东西,还是一个民族生存、发展或衰败的重要因素。

目前,国内大多数学者普遍认为:狭义的文化是人类精神活动的产物,是纯粹精神创造的成果和观念形态,如哲学(philosophy)、文学(literature)、艺术(art)、道德(moral)、风尚(fashion)与宗教(religion)等方面的内容。广义(broad sense)的文化是人类一切精神文明与物质文明的总和。

2. 正式文化和普通文化

一般来说,文化(culture)分为两类。一类是在英语中以大写C开头的Culture,我们称之为正式文化(formal culture),包括文学艺术、哲学等社会科学以及各种自然科学的结果,集中反映了人类的精神文明(soft civilization)和物质文明(hard civilization);另一类是在英语中以小写c的culture,我们称之为普通文化,即人类生活中一系列不同的特征,如风俗习惯(custom)、礼仪(manner)、禁忌(taboo)、婚丧(marriage and funeral)、庆典(celebration)、节日(festivals)等。但两种文化在人们的交际中所起的作用不同,一个国家的正式文化对每个人固有影响,但是最有影响的还是普通文化(common culture)。“普通文化不仅影响着

跨文化交际(intercultural communication)中的信息传递、交流和沟通,而且对人们能否迅速、有效地学习语言,提高外语能力也起着至关重要的作用”。

在外语教学中,“文化是指所学语言国家的历史地理、风土人情、传统习俗、生活方式、文学艺术、行为规范、价值观念等等”。语言不仅仅是语音、语法和词汇的总和,表达思维的工具,而且是某个民族文化、风俗习惯的一面镜子,与文化有着密不可分的关系。学习一种语言,如果不了解该语言国家的文化,是不可能通晓这种语言的。文化是没有国界的,先进的(advanced)文化必将超越国界和民族,被更大范围的人们所接受,继承本民族的优秀传统文化传统与吸收外来先进文化是非常有益的。

(三)对国际商务文化的理解

商务文化是人类为社会生存和发展在设计、生产、经营和消费商品的实践活动中形成的物质和精神成果的总和。商务文化是人类社会商务实践的产物,脱离了具体的商务运作环境,其文化功能就无从谈起。人类的文化传统、生存的文化环境、文化模式等,都会对商务文化产生深刻的影响。

中国和西方有着不同的历史发展道路、不同的环境、不同的文化底蕴。因此,中西方在思维、个性、价值观、言谈举止、风俗习惯方面有着极大的差异。

中西方商务文化存在着差异是不争之事实,这种差异带来的影响也有目共睹。因此,对中西方商务文化的比较研究其最重要的就是要找出差异的根本原因,这样才有利于人们自觉地以平等宽容的气度和海纳百川的开放胸襟去直面差异、从容应对。

三、实训内容、组织方式及步骤

合作学习实训内容 I:“宝洁公司案例”分析——提升对中西方文化差异性的认识

实训形式:案例分析、能力实训

实训步骤:

第一步,实训前准备。要求参加实训的同学,课前查阅相关书籍,初步了解本次实训的理论基础知识。

第二步,以 5—6 人的小组为单位进行资料的讨论和分析,各人充分发表个人观点。

案例分析:宝洁公司案例

2005 年 3 月,江西的吕女士在使用了 SK-II 之后,导致皮肤灼伤,她将宝洁公司以虚假广告告上法庭。事后,宝洁公司请香港明星刘嘉玲发来邮件,说“我很高兴继续支持 SK-II。”又发布“致网友公开信”,再次强调通过了卫生部和国家质检总局的严格检验和审批,并表示将尊重南昌政府的检测结果。消费者对宝洁公司处理这个事件的态度很是不满,认为这是美国公司对中国消费者的欺诈与不尊重。

第三步,对小组成员的各种观点进行记录。

“宝洁公司案例”资料分析记录

专业班级		组别	
记录人		时间	
小组成员			
讨 论 记 录	1.根据以上资料,谈谈美国人和中国人在文化认知方面的差异。 2.宝洁公司应该怎样解决中国消费者的投诉问题。		成绩
	组员 1		
	组员 2		
	组员 3		
	组员 4		
	组员 5		
	组员 6		
总结			

第四步,各小组选出一名代表发言,对小组讨论分析结果进行总结。

第五步,对小组成员的各种观点进行分析、归纳和要点提炼。各小组成员填写实训指导教师发放的“实训报告”资料,分析发言提纲。

“宝洁公司案例”资料分析发言提纲

姓名		专业班级	
学号		成绩	
小组成员			

一、本资料的总体分析思路。

二、根据资料,谈谈中国和美国在文化上有什么差异。

实训要求:各小组成员都应学会讨论分析记录,并积极进行讨论,发表个人观点,认真完成合作学习实训内容。发言提纲要求语言流畅,文字简练,条理清晰。

合作学习实训内容Ⅱ:下外企参观与企业家对话——提升对国际商务文化的理解

实训形式:文化沙龙

实训步骤:

第一步,实训前准备。学生围绕文化,准备需要与外企人士交流的问题提交给指导教师,由指导教师对要交流的问题进行筛选。

第二步,由指导教师联系企业,并与企业家进行沟通组织学生下企业参观,了解真实的企业,企业的组成部分,企业中的管理文化。

第三步,学生按指导教师筛选的问题与企业家对话,并记录交流过程中问题的答案。

第四步,学生返回课堂完成与企业家对话记录的整理及参观报告。

与外企人士对话记录稿

姓名		专业班级	
学号		成绩	
对话对象		所在单位	
职务		联系方式	

问题:_____

外企人士回答:_____

外企人士问题:_____

回答:_____

实训要求:请学生围绕管理文化,准备与企业家对话的问题,并在对话的过程中寻找问题的答案,以巩固对于文化的含义、类别及其作用的理解。通过下企业参观,使学生了解真实的企业,企业的组成部分,企业中的文化。通过学生与企业对话交流,对管理中的中西方文化差异和重要性有大概的了解。

四、实训时间及成绩评定

(一)实训时间

合作学习实训内容Ⅰ:案例分析讨论时间以20分钟为宜,各小组代表发言时间控制在3分钟。

合作学习实训内容Ⅱ:学生准备交流问题、企业联系利用课余时间,实际企业参观时间40分钟,与企业家对话时间控制在40分钟以内。

(二)实训成绩评定

- 1.实训成绩按优秀、良好、中等、及格、不及格5个等级评定。
- 2.实训成绩评定准则
 - ①是否理解文化的含义、类型,是否认识到中西方文化差异的重要性。
 - ②是否能积极主动与企业家交流,能否简练、清楚地整理对话记录。
 - ③是否学会了在组织活动过程中掌握中西方文化差异的重要性。

五、参考文献

- [1] 王宗湖.商务礼仪实务与操作[M].北京:对外经济贸易大学出版社,2010.
- [2] 李嘉珊.国际商务礼仪大讲堂[M].北京:中国海关出版社,2009.
- [3] 胡爱娟,陆青霜.商务礼仪实训[M].北京:首都经济贸易大学出版社,2008.
- [4] 李巍.商务礼仪[M].北京:北京大学出版社,2009.
- [5] <http://wenwen.soso.com/z/q62410036.htm>