

BSPOT 商务秘书系列丛书
SHANGWUMISHUXILIECONGSU

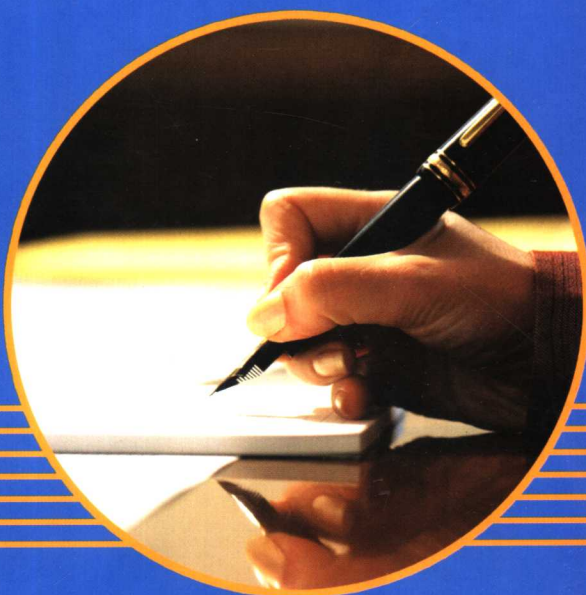
全国商务秘书岗位资格考试培训教材

商务秘书理论与实务

SHANGWUMISHULILUNYUSHIWU

全国商务秘书专业资格考试培训教材编委会组织编写

吕世平 主编



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

内 容 提 要

本书由十二个章节组成,内容包括商务秘书概述、商务秘书工作实务、商务文书、商务公共关系、商务礼仪、商务沟通、企业管理、企业的市场营销战略、人力资源管理、商务谈判、国际贸易、经济法规。

在内容的设计上,本书突出了秘书知识和商务知识的两重性和共性,注重理论与实务的有机结合,基本反映了对商务秘书的职能界定,全面介绍了商务秘书人员必须具备的秘书基础知识、现代企事业经营管理理论和经济法规等。

本书既是商务秘书资格证书考试必学书籍,同时也是开设商务秘书专业的大、中专院校很好的教材。

图书在版编目(CIP)数据

商务秘书理论与实务/吕世平主编. —北京:中国水利水电出版社,2005

全国商务秘书岗位资格考试培训教材

ISBN 7-5084-3394-7

I. 商... II. 吕... III. 商务-秘书-技术培训-教材 IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 132370 号

书 名	商务秘书理论与实务
作 者	吕世平 主编
出版发行	中国水利水电出版社(北京市三里河路6号 100044) 网址: www.waterpub.com.cn E-mail: mchannel@263.net(万水) sales@waterpub.com.cn 电话: (010)63202266(总机)、68331835(营销中心)、82562819(万水)
经 售	全国各地新华书店和相关出版物销售网点
排 版	北京万水电子信息有限公司
印 刷	北京市天竺颖华印刷厂
规 格	787mm×1092mm 16开本 31印张 701千字
版 次	2006年1月第1版 2006年1月第1次印刷
印 数	0001—5000册
定 价	48.00元

凡购买我社图书,如有缺页、倒页、脱页的,本社营销中心负责调换

版权所有·侵权必究



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

面向二十一世纪
免费电子教案

案例式教学
免费样书寄送

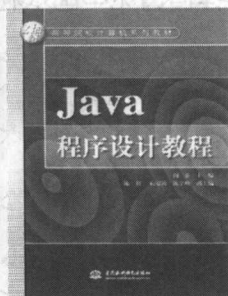
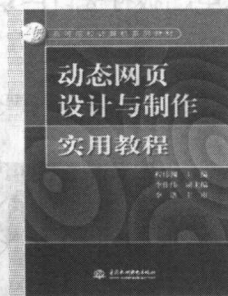
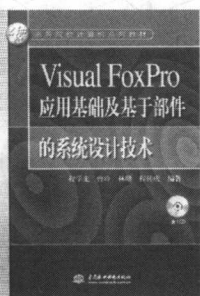
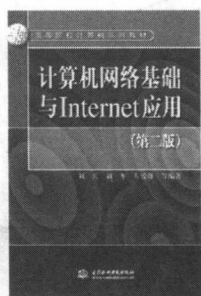
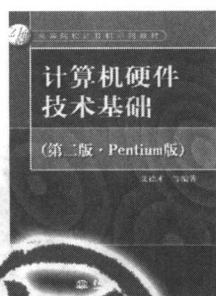
立体化配套
完美销售服务

专业 · 品质 · 创新 · 实用

21
世纪

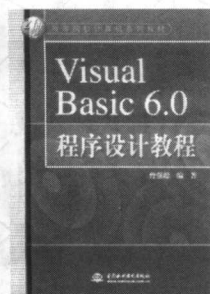
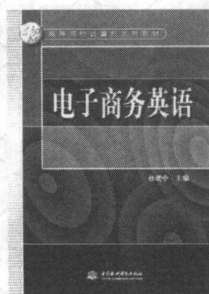
高等院校计算机系列教材

本套教材包含非计算机专业的计算机基础教育、计算机专业的基础课和专业课，由有经验的一线教师根据多年教学经验编写而成，教材中的实例都来源于教师的实际开发，并免费提供源代码。



即将推出“高等院校应用型本科系列教材”和
“电子商务与现代物流管理”系列教材

- 电子商务概论
- 电子商务英语
- 电子商务系统的实施方案
- 企业物流案例分析
- 企业物流管理
- 现代物流管理
- 物流仓储配送管理
- 电子商务网络应用技术基础
- 电子商务网站建设
- 电子商务与法律
- 网络营销
- 现代物流运输原理
- 物流与法律



北京万水电子信息有限公司
Beijing Multi-Channel Electronic Information Co., Ltd.

地址: 北京市海淀区长春桥路5号新起点嘉园4号楼1706室
传真: (010)82564371

E-mail: mchannel@263.net

邮编: 100089

电话: (010)82562819



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

面向二十一世纪
免费电子教案

案例式教学
免费样书寄送

立体化配套
完美销售服务



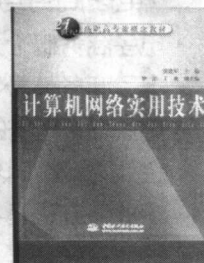
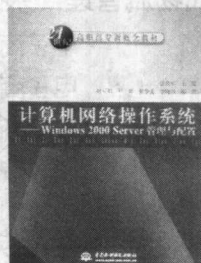
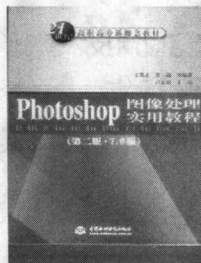
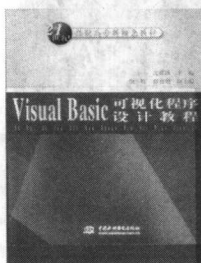
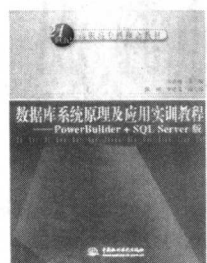
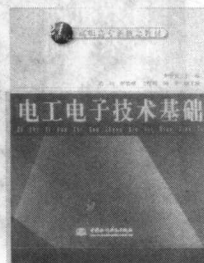
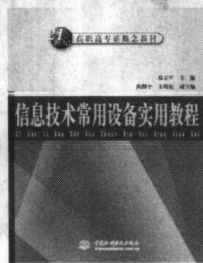
专业 · 品质 · 创新 · 实用



高职高专新概念教材

本套丛书是由一线老师精心编写的，符合教育部对培养应用型人才的要求和高职学生的认知特点，理论讲解以够用为度，采用案例式的教学方式，教师好教、学生易学。

本套教材已出版百余种，涵盖计算机应用专业、计算机网络专业和非计算机专业的公共课，详情请见中国水利水电出版社征订目录。



北京万水电子信息有限公司
Beijing Multi-Channel Electronic Information Co., Ltd.

地址: 北京市海淀区长春桥路5号新起点嘉园4号楼1706室
传真: (010)82564371

E-mail: mchannel@263.net

邮编: 100089

电话: (010)82562819

编 委 会

主 任：杨 晶

副主任：郭增利 吕世平

委 员：师求恩 张占东 董 宣 刘昆峰

郭济兴 张同钦 廖晓静 陈世杰

张茂松 刘 峰 曹献存 赵 楠

马 勇 赵莉芳 马晓红 高 明

序

随着我国社会主义市场经济体制的不断完善,商务秘书队伍迅速壮大,已经成为我国经济建设中不可缺少的重要力量。商务秘书是在工商企业中从事文字处理、行政事务,为管理者提供商务性质辅助工作的人员,其承担着为领导和管理层决策服务的重要职责。商务秘书工作部门也是工商企业的中枢机构。

全球经济一体化进程日益加快,要求商务秘书熟悉并运用经济规律和国际准则,能够卓有成效地将其专业素质、工作经验、综合能力等整合运用在商业运作中。然而由于传统思想的影响,我国的秘书教育一直是针对党政机关秘书,包括大学秘书专业的课程设置,书店里的秘书专业书籍等,几乎都是机关行政秘书的内容。就职业性质来说,商务秘书与机关秘书是有不同之处的,因此,其处事原则和职业标准当然也就不同。优秀的商务秘书来自实践经验和专业培训,而目前绝大多数商务秘书没有经过专业培训和考核,业务素质相对较低,不能完全适应工作的需要,故越来越迫切地需要建立一支高素质的商务秘书队伍。他们不仅要具有一般文秘知识,还应掌握相关的商务知识,具有熟练的电脑操作技能及良好的外语应对能力,以面对日趋严峻的业务挑战,适应知识经济时代的需求和企业发展的需要。

为了提高商务秘书队伍的业务素质,培养其具有现代秘书意识和技能,使之适应社会主义市场经济发展需要,全国商务秘书专业资格考试培训教材编委会组织编写了《商务秘书理论与实务》。本教材注重内容的系统性和实用性,既可作为商务秘书岗位资格考试的培训教材,也可作为大中专院校的教学用书。希望通过对商务秘书的培训,培养出大批符合时代需求的职业化、现代化、国际化的高素质商务秘书人员。

参与组织编写此教材的专家们夜以继日地紧张工作,圆满完成了任务,在此,谨向他们致以衷心感谢。同时对支持这项工作的中国人民大学、北京第二外国语学院、山东财政学院、华南师范大学、加拿大[中国]北仑电子有限公司商务部等单位致以衷心的感谢。

全国商务秘书专业资格考试办公室

2005年10月

前 言

商务秘书是在工商企业中从事文字处理、商务沟通和行政事务性工作,并为企业的管理者提供商务性质的辅助工作的秘书人员。在本书内容的设计上,既以从事秘书工作所必需的知识结构为基础,又充分体现了商务秘书工作的商务性质,因此,本书内容就具有秘书知识和商务知识的两重性和共性。基于以上的考虑,全书内容共安排十二章,分别是商务秘书概述、商务秘书工作实务、商务文书、商务公共关系、商务礼仪、商务沟通、企业管理、企业的市场营销战略、人力资源管理、商务谈判、国际贸易和经济法规。

第一章“商务秘书概述”着重介绍商务秘书的职能界定、工作性质、知识素养以及信息处理、会议安排、公文处理等行政事务性工作内容。本章内容的设计旨在让考生从一般秘书角度理解商务秘书的基本工作内容,通过本章的学习,对商务秘书的职能形成总体上的认识。

第二章“商务秘书工作实务”着重介绍商务秘书工作的基本问题,商务秘书工作实务,诸如商务秘书的信息工作,会务工作,公文工作以及繁复的事务性工作的认识程度与实际动手能力。

第三章“商务文书”有选择地介绍了我国工商企业常用的几种事务性文书的规范格式与写作要求,包括工商行政管理文书、合同文书、诉讼文书等。作为工商企业的商务秘书,应当熟悉上述几种常用文书的规范格式,并能代表企业写作或审查这几种文书。

第四章“商务公共关系”重点介绍了企业公共关系的基本特征和活动程序,有选择地介绍了工商企业常用的几种专题公关活动的操作方法,旨在让考生了解公共关系对工商企业的重要性,掌握新闻报告、公关广告、庆典与签字仪式、展览会和组织参观等专题公关活动的操作程序和对商务秘书的要求。

第五章“商务礼仪”介绍了作为工商企业的商务秘书应掌握并运用的常见社交礼仪,包括仪表礼仪、言行礼仪、公务活动如接待、电话、宴请等礼仪。

第六章“商务沟通”则重点介绍了商务沟通的渠道和方式以及进行有效沟通和协调解决冲突的方式方法。作为商务秘书,在商务活动中能够进行灵活有效的沟通是其必备的素质之一。

第七章“企业管理”着重介绍了企业管理的职能管理和现代管理原理。商务秘书的工作是为企业的经营管理服务,作为商务秘书,应该对企业管理的知识有概括性的认识。

第八章“企业的市场营销战略”则介绍了市场营销的基本理论。由于企业经营观念已全面进入营销观念时代,因而在内容设计上重点介绍了市场营销的战略规划和企业各种营销活动的策划与运作,使考生能对市场营销建立观念上的认识,以提高商务秘书工作的层次和质量。

第九章“人力资源管理”介绍了人力资源管理的主要内容,包括人力资源的规划、各类人员的招聘、培训、绩效评估、激励与工资待遇等内容。在工商企业中,对人力资源的开发和利用越来越重要,作为高层管理者辅助决策的商务秘书,应该对人力资源管理的知识有一个全面的、概括性的认识。

第十章“商务谈判”则介绍了谈判的职能、程序、策略、技巧等内容。工商企业的经营活动离不开商务谈判,作为商务秘书,必须懂得如何安排谈判,并掌握一些常用的谈判策略,在必要时为决策者出谋划策,争取谈判的成功。

第十一章“国际贸易”着重介绍国际贸易政策的含义、内容、类型、演变及特点,关税与非关税措施、鼓励出口与经济特区措施。

第十二章“经济法规”,本章内容对商务秘书人员来说是必备的。商务秘书必须掌握常用的经济法规的规定,才能辅助企业管理者做出经济决策,依法保护自己的权益。在内容上,本章重点介绍了经济法律关系的基本知识、公司法律制度、合同法律制度、工业产权法律制度、市场竞争行为法律制度等与企业经营活动密切相关的法律法规。

综上所述,《商务秘书理论与实务》的内容基本反映了对商务秘书的职能界定,全面介绍了商务秘书人员必须具备的秘书基础知识、现代企事业经营管理理论和经济法规等。本书既是商务秘书资格考试的必学书籍,同时也是开设商务秘书专业的大、中专院校很好的教材。

编 者

2005 年 10 月

目 录

序

前言

第一章 商务秘书概述	(1)
第一节 商务秘书与商务秘书工作	(1)
一、商务秘书及其职责	(1)
二、商务秘书部门	(2)
三、商务秘书工作的性质、作用和原则	(4)
第二节 商务秘书的职能环境	(6)
一、商务秘书职能环境	(6)
二、商务秘书工作与领导工作	(7)
第三节 商务秘书工作方法	(10)
一、商务秘书工作方法与组织管理	(10)
二、商务秘书专项业务与工作方法	(11)
三、商务秘书工作现代化	(14)
第四节 商务秘书的职业素养	(15)
一、商务秘书的职业道德与作风修养	(15)
二、商务秘书的知识与智能结构	(17)
三、商务秘书的心理品质	(20)
第二章 商务秘书工作实务	(24)
第一节 商务秘书与信息工作	(24)
一、信息的收集与分类	(24)
二、信息的处理	(27)
三、信息的传递、存储与检索	(29)
第二节 商务秘书与会务工作	(30)
一、会议及其作用	(30)
二、会议活动中商务秘书的职责与任务	(32)
三、会议文书工作	(36)
第三节 商务秘书与公文处理	(37)
一、公文	(37)
二、公文处理工作	(39)
三、公文处理程序	(41)
四、公文的写作	(44)
第四节 商务秘书事务工作	(46)

一、办公用品管理	(46)
二、机要保密工作	(46)
三、印章管理	(49)
四、值班工作	(51)
五、领导公务活动的安排	(53)
第三章 商务文书	(57)
第一节 计划	(57)
一、计划的含义与作用	(57)
二、计划的特点与种类	(58)
三、计划的结构与写法	(58)
第二节 总结	(62)
一、总结的类型和特点	(62)
二、总结的写法与基本要求	(64)
第三节 简报	(66)
一、简报的特点与作用	(66)
二、简报的种类	(67)
三、简报的格式及写法	(68)
第四节 规章制度	(70)
一、规章制度的含义与作用	(70)
二、规章制度的种类与特点	(70)
三、规章制度的内容及格式	(72)
四、常用规章制度的写作要点	(73)
第五节 市场调查报告	(77)
一、市场调查报告的含义和特点	(77)
二、市场调查报告的种类	(77)
三、市场调查报告的结构与写法	(79)
四、注意事项	(81)
第六节 工商行政管理文书	(81)
一、工商行政管理文书概述	(81)
二、企业法人申请开业登记注册书	(81)
三、企业法人年检报告书	(86)
四、外商投资企业申请登记表	(94)
第七节 合同文书	(98)
一、合同文书概述	(98)
二、合同的写作	(99)
三、经济合同的写作要求	(99)
第八节 诉讼文书	(101)
一、诉讼文书概述	(101)

二、起诉状	(101)
三、答辩状	(103)
第四章 商务公共关系	(106)
第一节 概述	(106)
一、公共关系的基本含义	(106)
二、公共关系的构成要素	(108)
三、商务公关工作的基本特征	(110)
四、商务秘书与公共关系	(111)
第二节 商务公共关系的主要公众对象	(114)
一、内部公众	(114)
二、外部公众	(115)
第三节 商务公共关系工作职能	(116)
一、公共关系是一种独特的管理职能	(116)
二、商务公关活动职能	(117)
第四节 商务公共关系活动程序	(121)
一、公关调查	(121)
二、制订计划	(124)
三、计划实施	(126)
四、评价效果	(130)
第五节 商务专题公关活动操作方法	(130)
一、新闻传播	(130)
二、赞助活动	(133)
三、庆典与签字仪式	(133)
四、展览会和组织参观	(135)
五、危机事件的处理	(137)
六、演讲和主持	(143)
第五章 商务礼仪	(147)
第一节 礼仪概述	(147)
一、商务秘书与礼仪	(147)
二、商务礼仪的特点、原则和职能	(149)
第二节 商务秘书的一般社交礼仪	(151)
一、仪表礼仪	(151)
二、言行礼仪	(160)
第三节 商务秘书的公务活动礼仪	(162)
一、拜访礼	(162)
二、见面礼	(162)
三、接待礼	(164)
四、电话礼	(165)

五、宴请礼	(167)
六、舞会礼	(169)
七、商务礼	(170)
第六章 商务沟通	(174)
第一节 商务沟通概述	(174)
一、沟通的概念	(174)
二、沟通的作用	(174)
三、沟通的基本要素	(174)
第二节 商务沟通的渠道与方式	(176)
一、商务沟通的渠道	(176)
二、商务沟通的方式	(178)
第三节 有效沟通	(181)
一、沟通的障碍	(181)
二、克服沟通障碍,改善沟通方法	(182)
三、有效沟通的步骤	(184)
四、有效沟通的原则	(185)
第四节 协调解决冲突	(186)
一、冲突产生的原因	(186)
二、识别冲突发生的征兆	(186)
三、冲突的处理方式	(186)
四、有效解决冲突的步骤	(187)
第七章 企业管理	(189)
第一节 企业及企业管理	(189)
一、企业及其特征	(189)
二、管理的含义及产生	(190)
三、企业管理的性质	(191)
第二节 管理职能	(194)
一、决策职能	(194)
二、计划职能	(200)
三、组织职能	(204)
四、指挥职能	(205)
五、激励职能	(206)
六、控制职能	(207)
第三节 现代管理原理	(209)
一、系统原理	(210)
二、人本原理	(211)
三、效益原理	(213)
四、整分合原理	(215)

五、反馈原理	(216)
六、封闭原理	(217)
七、能级原理	(219)
八、弹性原理	(220)
九、动力原理	(220)
十、责任原理	(222)
第四节 现代管理理论的最新发展	(223)
一、公司再造	(223)
二、建立学习型组织	(224)
第八章 企业的市场营销战略	(225)
第一节 市场营销概述	(225)
一、市场	(225)
二、市场营销与市场营销管理	(225)
三、企业的营销管理观念	(226)
第二节 企业的目标市场战略	(229)
一、市场细分	(229)
二、目标市场选择	(239)
三、市场定位	(244)
第三节 企业的市场营销组合战略	(248)
一、产品战略	(248)
二、价格战略	(256)
三、促销战略	(260)
四、渠道战略	(263)
第四节 企业的竞争战略	(266)
一、识别竞争者	(266)
二、市场竞争战略	(267)
三、估计竞争者的反应模式	(270)
四、设计为竞争服务的情报系统	(270)
第九章 人力资源管理	(272)
第一节 人力资源管理概述	(272)
一、人力资源含义	(272)
二、人力资源管理基本概念	(273)
三、人力资源管理的目标	(273)
四、人力资源管理的作用	(274)
五、现代人力资源管理的特点	(275)
第二节 人力资源规划	(276)
一、人力资源规划的目标、任务及必要性	(276)
二、人力资源规划的内容	(277)

三、人力资源规划的程序	(277)
四、人力资源规划的期限	(278)
第三节 人员的招聘与选择	(278)
一、招聘策略	(278)
二、招聘程序	(279)
三、选拔的性质	(282)
四、选拔程序	(282)
第四节 员工的使用和培训	(284)
一、员工的使用	(284)
二、人才管理	(288)
三、人员培训	(290)
第五节 绩效评估	(294)
一、绩效评估的含义	(294)
二、绩效评估的目的和作用	(294)
三、绩效评估的基础	(295)
四、绩效评估的方法	(296)
第六节 激励	(298)
一、激励的含义和基本原则	(299)
二、激励理论	(300)
三、激励方式	(302)
四、激励的技巧	(303)
第七节 工资管理	(304)
一、工资及其管理的概念	(304)
二、工资体系	(305)
三、工资的形式	(306)
四、津贴管理	(307)
第十章 商务谈判	(309)
第一节 商务谈判概论	(309)
一、商务谈判的特征与职能	(309)
二、商务谈判的类型	(311)
三、商务谈判的方式	(314)
第二节 商务谈判程序	(316)
一、谈判准备阶段	(316)
二、正式谈判阶段	(319)
三、谈判结束阶段	(322)
第三节 商务谈判的策略	(323)
一、商务谈判的价格策略	(323)
二、商务谈判的时空策略	(327)

第十一章 国际贸易	(331)
第一节 国际贸易政策与措施	(331)
一、国际贸易政策综述	(331)
二、关税措施	(334)
三、非关税措施	(338)
四、鼓励出口措施	(340)
第二节 国际贸易术语	(343)
一、国际贸易术语综述	(343)
二、对主要贸易术语的解释	(345)
三、对其他贸易术语的解释	(349)
第三节 国际货物买卖合同	(352)
一、合同的基本条款	(352)
二、合同的签订	(362)
三、合同的履行	(365)
第四节 WTO 及其基本规则	(368)
一、WTO 概述	(368)
二、WTO 关于货物贸易的基本规则	(370)
三、WTO 关于服务贸易的基本规则	(379)
四、WTO 关于知识产权保护的基本规则	(381)
第十二章 经济法	(385)
第一节 经济法与经济法律关系	(385)
一、经济法的概念与调整对象	(385)
二、经济法律关系的概念和特征	(385)
三、经济法律关系的主体、客体和内容	(386)
四、经济法律关系的产生、变更和消灭	(387)
五、代理	(388)
第二节 公司法律制度	(390)
一、公司的概念和特征	(390)
二、公司的分类	(391)
三、公司法的概念、基本原则和基本制度	(391)
四、有限责任公司	(393)
五、股份有限公司	(396)
六、公司的合并、分立、终止和清算	(401)
第三节 合同法律制度	(402)
一、合同法概述	(402)
二、合同的订立和履行	(404)
三、合同的变更、转让和解除	(407)
四、违约责任	(408)

第四节 工业产权法律制度	(410)
一、工业产权与工业产权法	(410)
二、专利法律制度	(411)
三、商标法律制度	(413)
第五节 市场竞争行为法律制度	(416)
一、反不正当竞争法律制度	(416)
二、产品质量法律制度	(417)
三、广告法律制度	(419)
四、消费者权益保护法律制度	(420)
第六节 劳动法律制度	(422)
一、劳动者、用人单位的基本权利与义务	(422)
二、劳动合同与集体合同法律制度	(424)
三、劳动者的工时、工资及劳动保护法律制度	(427)
四、劳动争议的处理	(430)
附录	(433)
参考书目	(480)

第一章 商务秘书概述

第一节 商务秘书与商务秘书工作

商务秘书与商务秘书工作是秘书与秘书工作的一个重要分支。随着我国社会主义市场经济的迅猛发展,商务秘书与商务秘书工作在工商行政管理,特别是企业经营管理中的中枢地位日益突出。本节将就商务秘书与商务秘书工作的基本问题进行简要介绍。

一、商务秘书及其职责

(一)商务秘书界定

商务秘书一般是指在工商企业担任秘书职务的人员和这种人员的职务。从广义上讲,为工商企业中的领导班子乃至某些个人服务的,或辅助领导决策,或从事文字工作,或从事行政和日常事务工作,或集多项工作于一身的均可视为从事着商务秘书工作;在狭义上,商务秘书就是一种职务名称。

商务秘书工作就是在工商企业中协助各级领导机构和领导者个人,为实施领导管理活动、实现领导管理目的而进行的日常执行和交办工作以及其他秘书性质的工作。

处于不同的工商企业,其秘书工作的侧重面和专业性质也会存在差异,但总括起来,商务秘书工作的主要内容可表述为:撰写文稿,办理文件、信函和事务,接待来访,组织会议,安排会晤,调查研究,综合材料,提供咨询,安排日程,通信联络,管理印章、文件和档案等。

(二)商务秘书的分类

商务秘书分类的方法有很多,这里只介绍三个角度的分类方法。

1. 按两大部分类

两大部分类法,就是把商务秘书分为公务秘书和非公务秘书两大类。其中,非公务秘书含民间秘书和纯粹的私人秘书两种情况。

2. 按对领导工作的辅助作用划分

按商务秘书工作对领导工作辅助作用的大小和影响的深浅把商务秘书划分为深层、中层、浅层三个层次,并依此又把他们划分为高级、中级、初级三个层次。高级商务秘书时常参与上层活动,有的本来就是领导集团成员。这类秘书已深入到领导决策的全过程,深入到领导工作的核心,与领导工作和管理活动发生了极其密切的深层关系。中级商务秘书的工作与领导工作和管理活动有相当密切的关系,对领导决策、领导工作和管理活动都有或大或小、或深或浅的影响,并具有直接作用。初级商务秘书是一般事务性工作者,其工作虽是秘书工作的相当重要的部分,但同领导工作的关系是较为表面和浅层次的。

也有学者从商务秘书辅助决策及发挥参谋作用的角度把秘书分为决策辅助层、技术操作层和决策执行层。

3. 按型分类

通常情况下,商务秘书往往是一个群体,即按预定目标组织起来的秘书班子。型的分