



高职高专文秘专业工学结合规划教材

PROJECT TEACHING
MATERIAL ON
SECRETARIAL ETIQUETTE

秘书

礼仪项目教程

主 编 王 岩
副主编 沈黎嫣 严晓蓉
蒋雨岑 张淑英



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

高职高专文秘专业工学结合规划教材

秘书礼仪项目教程

Project Teaching Material on Secretarial Etiquette

主 编 王 岩

副主编 沈黎嫣 严晓蓉

蒋雨岑 张淑英



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

秘书礼仪项目教程 / 王岩主编. — 杭州: 浙江大学出版社, 2012. 2

ISBN 978-7-308-09378-1

I. ①秘… II. ①王… III. ①秘书—礼仪—高等学校—教材 IV. ①C931.46

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 249178 号

秘书礼仪项目教程

王 岩 主 编

丛书策划 葛 娟 樊晓燕

责任编辑 葛 娟

封面设计 吴慧莉

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 710mm×1000mm 1/16

印 张 12.25

字 数 247 千

版 印 次 2012 年 2 月第 1 版 2012 年 2 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-09378-1

定 价 24.00 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

林建威聯合科學工業寺醫文寺高題高

高职高专文秘专业工学结合规划教材

审读专家委员会(按姓氏笔画排序)

王箕裘	王金星	孙汝建
严冰	陈江平	时志明
张玲莉	杨群欢	郭冬
曹千里		

林建威聯合科學工業寺醫文寺高題高

总 序

2007年12月,浙江大学出版社邀请省内外数十所开设文秘专业的高职高专院校的教学负责人召开了高职高专文秘专业教学及教材建设研讨会。会议重点研讨了当前高职高专文秘专业建设、课程设置、招生就业、教材使用、工学结合课程改革等情况。大家一致认为,教材建设是文秘专业建设发展的重要环节,配合教学改革进行教材改革已迫在眉睫。会议决定开发一套“高职高专文秘专业工学结合规划教材”。

针对高职高专文秘专业的实际情况,结合目前秘书职业岗位需求和工作特点,浙江大学出版社确定了新编高职高专文秘专业工学结合规划教材的基本原则,即思想性、科学性和方法论相统一;先进性和基础性相统一;理论知识和实践知识相统一;综合性和针对性相统一;教材内容与秘书职业岗位无缝接轨。同时根据高职秘书人才培养计划,遵循“以够用为度,以适用为则,以实用为标”方针,以职业活动为导向,以职业技能为核心,突出项目化、任务驱动的教学特点,体现实用性、技能性、职业性,融趣味性和可读性于一体的高职教育教学特色。

本系列教材主编和编写人员都是经过精选的,主要选择富有教学和教学改革实践经验的高职高专院校秘书专业的教师或秘书专业研究人员来担任。教材内容组合新知识、新技术、新内容、新案例、新材料,体现最新发展动态,具有前瞻性。编写体例新颖,主次分明;概念明确,案例丰富,同时安排了大量便于教学过程中操作的实训方案,并有配套的习题和教学课件。

为了确保教材的编写质量,浙江大学出版社邀请了当前国内一流的文秘专业教学与研究方面的权威专家、学者对本套文秘专业工学结合改革教材进行了认真的审稿。专家们普遍给予了高度的肯定,同时也提出了很多宝贵的意见和建议,使得这套教材能更加完善。相信这是一套学生便于学习训练、教师便于教学指导的好教材。

教育部高职高专文秘专业教学指导委员会委员、教授

杨群欢

2009年6月18日

前言

现代社会,作为同一个地球村的居民,彼此之间有了空前便捷和频繁的交往。在这样的交往中,相互传递的首要形式便是礼仪。

礼仪是人们在社会交往活动中形成的行为规范与准则,具体表现为礼貌、礼节、仪表、仪式、习俗等,它既包括了人们日常交往中的礼节、礼貌,也包括在较大、较隆重的场合所举行的礼宾仪式。

随着我国经济建设的飞速发展,各行各业对于秘书的自身素质要求也越来越高。秘书作为领导的辅助者,决定了秘书要在各种公务行为中广泛地接触各种各样的人,处理各种关系,安排各种活动。秘书如果在日常工作中得体的运用礼仪知识,便可以避免人际交往当中许多不必要的误会和冲突。在交往的过程中,礼仪是人际关系的“润滑剂”,能够有效地减少人际摩擦,为秘书取得事业成功奠定良好的基础。荀子说:“人无礼而不生,事无礼而不成;国无礼而不宁。”孔子说:“不学礼,无以应。不知礼,无以立。”对于秘书来说,礼仪既是一种自身素质修养的外在表现形式,也是秘书工作本身的重要组成部分。学习礼仪,有助于秘书与工作交往对象保持融洽的关系,加强相互之间的沟通与联系,从而顺利开展各项工作,取得事业的成功。同时,礼仪行为的得当,职业形象的得体是秘书所应具备的良好素质。

如果你服饰整洁、修饰得体,人们会对你另眼相看;

如果你彬彬有礼、尊重他人,人们会对你以礼相待;

如果你谈吐高雅、举止稳重,人们会对你以诚相处……

当你跨进一家你心仪已久的公司,当你陪同领导出访、谈判,当你与客户打交道……你得体的服饰仪容,端庄的仪态举止,不仅能够展现你的专业形象,体现你个人的素质和修养,更能成为企业整体形象的缩影。

高职院校文秘专业的学生作为未来的秘书,学习和掌握当今中外礼仪的基本知识和塑造良好职业形象对个人将来的工作将会产生重要的影响。学会正确运用秘书礼仪和进行职业形象自我设计与塑造,找准自身在秘书活动中礼仪、形象设计上存在的误区,并能够找到调整、改善、完善与塑造的最佳方法,可以使自身的职业特征和外在魅力得到彰显和强化,为此,我们编写了《秘书礼仪项目教程》这本教材。在编写过程中,内容力求贴近秘书工作岗位,从项目教学入手,教、学、做相结合,突出高职院校以掌握技能为主,工学结合的特点。

我们在编写过程中,坚持了以下“六性”,亦是本教材的主要特色:

一、教材定位的针对性。本教材的定位非常明确,即定位于高职高专文秘专业,以此满足高职高专秘书礼仪项目教学的需要。当然,也可作为一般读者了解秘书工作和学习礼仪的参考用书。

二、编写内容的系统性。本教材的编者从适应市场经济对秘书职业的要求出发,精心安排教材体系,筛选教材内容,力求将秘书工作礼仪涉及的各方面内容囊括其中。每一项目均设有学习项目、情景导入、情景问题、情景分析、工作任务、理论点击、课后任务延伸和相关知识链接。

三、知识内容的技能性。本教材在总体构架上,充实加强实践性教学比重,精心设计各模块的项目内容、方法,使学生尽快获得秘书职业所需的基础知识和实际技能,成为一专多能的技能型人才。

四、实际训练的可操作性。在学习礼仪时,一定要经过实际的训练,才能使动作、表情、语言表达得正确、优美。出于以上想法,本书在编写时,侧重于实际操作,希望通过对举手投足之间每一个细节的训练,塑造得体的举止、优雅的形象;同时以实际的细节操作为基础,训练秘书工作中的日常接待、拜访及各种常见仪式的统筹安排与组织技能,并且对于秘书在涉外交往中容易触犯的外国文化习俗与禁忌等,本书也有所提示。

五、学习内容的实用性。在教材的内容选择上,力求贴近秘书的实际工作情景,每一典型案例设计均与秘书实际工作相关,并且借鉴国际国内秘书职业教育内容,瞄准市场,理论联系实际,努力体现出知识的实用价值。

六、编写体例的创新性。在教材编写过程中,既勇于吸收国际国内最新科研成果,又结合本省本地本院校教学实际,突出新的特色,创新教学体系、方法,走出一

条以项目教学为主的、工学结合的新路子,强调基础学习与创造实践相结合,为学生毕业、求职、上岗操作实践奠定良好基础。

本教材由宁波城市职业学院王岩副教授担任主编并负责统稿工作,具体分为六个模块,编写分工如下:模块一秘书礼仪认知训练和模块六涉外礼仪由杭州职业技术学院沈黎嫣老师编写;模块二秘书个人礼仪由浙江商业职业技术学院张淑英老师和王岩老师共同编写;模块三秘书交际礼仪由宁波城市职业学院王岩老师编写;模块四会议礼仪由宁波城市职业学院的蒋雨岑老师编写;模块五商务活动礼仪由浙江经济职业技术学院严晓蓉老师编写。

本教材为 2009 年浙江省高校重点教材建设项目研究成果(项目编号:ZJG2009383)。在编写过程中得到了浙江大学出版社的大力支持与帮助,与此同时,还得到了许多业内专家、学者和浙江省高职院校同行的热心帮助和支持,参考了一些同仁相关礼仪方面的著作和相关材料,在此一并表示感谢!由于编写时间紧、认知能力有限,难免出现一些疏漏或错误,敬请专家和读者不吝赐教。

编 者

2011 年 5 月

VI \ 秘书礼仪知识问答 五

VII \ 秘书礼仪知识问答 六

VIII \ 秘书礼仪知识问答 七

IX \ 秘书礼仪知识问答 八

X \ 秘书礼仪知识问答 九

XI \ 秘书礼仪知识问答 十

XII \ 秘书礼仪知识问答 十一

XIII \ 秘书礼仪知识问答 十二

XIV \ 秘书礼仪知识问答 十三

XV \ 秘书礼仪知识问答 十四

模块一 秘书礼仪认知训练 / 1

项目1 礼仪塑造组织形象 / 1

项目2 礼仪提高秘书素养 / 8

模块二 秘书个人礼仪 / 15

项目1 仪容礼仪 / 15

项目2 仪表礼仪 / 19

项目3 仪态礼仪 / 26

模块三 秘书交际礼仪 / 30

项目1 称呼礼仪 / 30

项目2 介绍礼仪 / 36

项目3 握手礼仪 / 42

项目4 交谈礼仪 / 47

项目5 名片礼仪 / 56

项目6 馈赠礼仪 / 60

项目7 旅行礼仪 / 66

项目8 拜访礼仪 / 75

项目9 电话礼仪 / 80

模块四 秘书会务礼仪 / 88

项目1 会议接站与报到礼仪 / 88

项目2 会场布置礼仪 / 97

项目3 会议服务礼仪 / 108

项目4 会后工作礼仪 / 113

目 录

模块五 商务活动礼仪 / 117

项目1 商务拜访与接待礼仪 / 117

项目2 商务谈判礼仪 / 124

项目3 庆典活动礼仪 / 130

项目4 参观活动礼仪 / 138

项目5 新闻发布会礼仪 / 142

模块六 涉外礼仪 / 150

项目1 涉外交往礼仪 / 150

项目2 涉外习俗礼仪 / 158

参考文献 / 184

模块一 秘书礼仪认知训练

项目1 礼仪塑造组织形象

◎ 学习目标

知识目标

- 了解和掌握礼仪的涵义、特征及秘书礼仪的特征和原则。

能力目标

- 认识秘书礼仪对组织形象的重要性。

素质目标

- 培养学生树立职业意识，塑造良好的个人形象。

◎ 情景导入

方媛是一家大型私有企业的董事长秘书。为了更好的发展，公司正在寻求国外的合作伙伴，董事长让方媛时刻注意这方面的情况。

2010年3月，一家著名的德国企业的老总到本地进行访问，并有寻求合作伙伴的意向。方媛知道了这件事，想尽办法，与对方取得联系，共同合作，发展项目。让方媛高兴的是，德国企业老总也有兴趣同他们企业进行合作，于是双方约定了会面的时间。

双方会面前一天，董事长特地让方媛为他准备会面的服装。方媛认为，现在的西方国家都比较崇尚时尚，喜欢休闲。为了给对方留下精明强干、时尚新潮的印象，方媛根据自己对时尚和休闲的理解，帮董事长和自己准备了服装，为董事长塑造了上穿夹克衫、下穿牛仔裤、头戴棒球帽、足蹬旅游鞋的形象。

然而事与愿违，方媛准备的这一身时髦的“行头”，让董事长大出洋相，还坏了公司的大事，失去了合作的机会。

◎ 情景问题

方媛的错误在哪里？如果你是方媛，你会如何帮董事长和自己准备服饰？

◎ 情景分析

根据惯例，在对外交往中，每个人都应时刻注意维护自己形象，特别是要注意自己在正式场合留给初次见面的来宾的第一印象。董事长与德方老总的第一次见面属正式场合的见面，应穿正规的西服，以示对德方的尊敬。但方媛没有这样做，而是想当然地按照时尚的概念为董事长准备了见面服装，没有考虑到初次见面的要求，也没有考虑到德国人历来做事严谨的原则。

这套“行头”，让德国老总认为此公司董事长着装随意，个人形象不合常规，过于前卫，不够沉稳，从而联想到此公司的工作态度会不够严谨，工作方法会过于懒散随便，于是放弃了与此公司的合作计划。

◎ 工作任务

讨论：礼仪与组织形象的关系

任务训练过程：

时间：约 30 分钟

人数：全班同学

活动目的：认识礼仪对组织形象的重要性

操作程序：1. 分组 4~6 人一组。

2. 每组通过网络查找有关礼仪与组织形象关系的案例。

3. 每组按顺序派代表讲述案例。

4. 全班根据案例展开讨论。

5. 总结礼仪与组织形象的关系。

◎ 理论点击

组织形象就是社会公众对组织综合评价后所形成的总体印象。在竞争日益激烈的社会中，组织形象已成为一个组织立足社会的必备条件。一个好的组织形象是组织最重要的无形资产，是向社会介绍自己的最好名片，对整个组织的生存发展起重要作用。

组织形象包括的内容很多，如组织精神、价值观念、行为规范、道德准则、管理水平、经济效益等，而礼仪是组织形象、文化、员工修养素质的综合体现，只有做好应有的礼仪才能塑造和提升组织形象。

（一）礼仪的涵义

礼仪是人们约定俗成的以示尊敬的规范。可从三方面加以理解。

1. 礼仪是一种规范。所谓“入乡随俗，入境问禁”。就是说你要进入某一地域，你就要对那里人的习俗和行为规范有所了解，并按照这样的习俗和规范去行动，这才是有礼的。

2. 礼仪规范是人们约定俗成的，共同认可的。礼仪往往先是一些不成文的规矩、习惯，后来大家都认可了，可以用语言、文字、动作进行准确描述，最后才成为人们可以自觉学习和遵守的行为规范。

3. 讲究礼仪的目的是实现社会交往各方的互相尊重，从而达到人与人之间关系的和谐。在现代社会中，礼仪可以展现出一个人的教养、风度和魅力，体现出一个人对他人的认知水平、尊重程度，也可说是一个人的学识、修养和价值的外在表现。一个人只有在尊重他人的前提下，自己才会被尊重，人与人之间才能建立起和谐的关系。

(二) 礼仪的特征

1. 共同性。因为礼仪是社会成员调节相互之间关系的一种行为规范，是应该遵守的人际交往准则。《论语》云：“大小由之，有所不行。”亦就是“没有规矩，不成方圆”。所以礼仪是整个社会成员必须遵守的，而且这种必须遵守的礼仪，是得到成员共同认可的。

2. 民族性。每个民族都有自己的文化特色和习俗。礼仪作为民族文化的重要组成部分，必然会对自己的民族产生深远的影响。从某种意义上讲，礼仪是一个民族、国家的象征。礼仪融进了民族传统精神之中。

3. 时代性。不同的时代具有不同的礼仪。社会的进步、文明的发展及其政治的变革、经济的发展、思想观念的变化、科技的应用必然导致礼仪在民族传统的基础上注入新的内容。扬弃那些不合时宜的部分，礼仪文化也就具有了时代的特征。

4. 继承性。礼仪是一个国家、民族传统文化的重要组成部分。通常，文化现象包括物质文化和精神文化两个方面。故宫、金字塔、长城之类的属于物质文化；理论、观念，以及与之相联系的科学、宗教、艺术、礼仪等属于精神文化。物质文化是指文化中看得见的那部分，我们称之为“硬文化”，它是文化的物质外壳，亦即文化的表层结构。精神文化称之为“软文化”，是文化的深层结构。在各民族的冲突中，相对来说，最易随着冲突而改变自身的是文化的表层结构，而文化的深层结构则不易在冲突中改变。而最难改变的是深层结构中“心理积淀”这一部分。心理积淀是文化结构中最深层的文化层面，它不仅是个人长期形成的心理习惯，更主要是一个民族数代人积淀而成的心理习惯。正因为如此，使得现代文化与传统文化有着剪不断的联系，中国的礼仪文化从产生至今，经过几千年的继承和发展，不仅构成了中华民族精神文化的一个重要组成部分，同时也形成了中华民族自己的礼仪文化心理。所以，虽然封建制度已经瓦解了，但在封建社会中一些符合人性基本需要的礼仪却具有超越时代和社会的适用性，例如：孔子的“礼”作为一种制度已经烟消云

散了,但是他关于礼仪的一些基本思想和规范却一直影响着炎黄子孙。如“礼之用,和为贵”“责己严,待人宽”“温、良、恭、俭、让”“敬老爱幼”等思想和行为都被继承下来了。所以礼仪不是一种短暂的社会现象,而且不会因为制度的更替而消失。

5. 差异性。俗话说“十里不同风,百里不同俗”,由于人们的生活环境不同,传统习惯有异,礼仪的内容和形式在不同的地方就会存在一定的差异。同一种礼仪内容在不同的时空存在不同的表现形式。例如见面礼节的形式就存在很大不同。从时间上来看,在中国古代的见面礼节是跪拜礼、作揖礼等,在中国现代则是握手礼;从空间上来看,在日本、韩国的见面礼节是鞠躬礼,在西方国家则是握手礼、拥抱礼。而同一种礼仪形式,在不同的国家或地区会有不同的含义。例如点头礼,在大多数国家都表示肯定、赞同的意思,但在尼泊尔则表示否定、不认可的意思。因此,“入境而问禁,入国而问俗,入门而问讳”,进入不同的国家或地区一定要先弄清楚当地的礼仪风俗和禁忌。

(三) 秘书礼仪的特征

秘书礼仪除了具有一般礼仪的上述5个特点以外,还具有自己的行业特点。

1. 直接性。无论是辅助领导工作,还是沟通内部关系,无论是接待外来访客,还是宴请客户,秘书人员的大部分工作都是面对面直接交往的过程,很少有媒介的介入。秘书人员的言谈举止都尽收交往对象的眼底,成为对方对秘书人员形象及组织形象作出判断的最直接依据。

2. 即时性。秘书人员的礼仪具有即时性的特点。在与他人交往的过程中,所有的礼节都是当面地、即时地完成的,例如接待客户时的介绍、握手、微笑,签字仪式时的整套程序安排等,这些礼节不可能做错了再重新来一遍,这些礼节是没有挽回余地的。因此,秘书人员在交往过程中一定要谨小慎微,不要出现差错。

3. 科学性。秘书礼仪的科学性是指秘书礼仪对于秘书人员的专业知识和专业技能有着严格的、科学的规定,而这些规定都是以让交往对象最满意、最舒适作为标准定出来的。例如会谈时座位的安排、接待时接待规格的确定、职业服装的选择与穿着等。秘书人员在与各种人员交往中,都应严格遵守礼仪的有关程序和规范,让对方感到满意和受到尊重。

4. 灵活性。秘书工作具有范围广泛、内容繁多的特点,决定了秘书人员工作交往对象的多元性和不确定性,所以秘书礼仪具有灵活性的特点。人是非常情绪化的,容易受周围环境及其他因素的影响。很有可能前几天还非常友好地合作,过几天就因为合同上的某些细小问题产生矛盾。所以,一名优秀的秘书人员,一定要掌握秘书礼仪灵活性的特点,发挥自己的专业特长和沟通技巧,机动灵活地与他人进行交往。

5. 进步性。秘书礼仪并不是一成不变的,它需要秘书人员在实践礼仪的过程中不断地运用所学的知识对日常工作中出现的问题加以思考,结合社会的发展不

断地进步。秘书礼仪在不断地增添新的内容,例如,网络和无纸化办公的普及,电话会议和远程会议的频繁使用,秘书人员必须掌握这些特殊的礼仪。只有不断进步,秘书礼仪才会更符合新时代的要求,才不至于跟现代社会脱节。

(四) 秘书礼仪的原则

1. 平等原则。在现代礼仪中,平等原则是基础,是最重要的。所谓平等就是指以礼貌待人,礼尚往来,既不盛气凌人,也不卑躬屈膝。从心理学的角度看,人都有友爱和受人尊重的心理要求。人人都渴望平等,成为家庭和社会中真正的一员。任何抬高和贬低自己的语言和行为,都不利于建立和谐的人际关系。例如,在战争年代,一位老教授在延安见到毛主席,毛主席请老教授吸烟,可是不巧,只剩下一根烟了。这可怎么办呢?主席自己吸不请客人吸,很不好;请客人吸自己不吸,老教授也不会同意。毛主席将这一支烟分成两半,一个人半支,皆大欢喜。从这件事可以看出毛主席的随和、诚恳、平等和亲切。

秘书人员是领导与部门员工的桥梁与纽带,又是一个组织的“门面”和“窗口”。秘书人员的一言一行都关系到整个组织的形象,因此作为秘书人员,在对内和对外交往中更应该遵守平等原则。秘书人员的平等待人主要是对上级组织或领导要尊敬,对部门员工或外部公众要热情真挚。不能在领导面前卑躬屈膝,在下级和外部公众面前却自以为了不起,指手画脚,盛气凌人。

2. 尊重原则。尊重是礼仪的根本原则。在与人交往时,首先要自尊。自尊包括自知、自省、自信、自强。自尊是赢得他人尊重的前提,只有先尊重自己,认识自己,才能去尊重他人。其次要尊重他人,尊重他人的人格,尊重他人的个人爱好、性格和风俗习惯,尊重他人的人身自由和各种权利。无论人们的职位、年龄、性别、财产、学历、身体状况有何差别,作为公民都应该受到尊重。秘书人员在与他人交往中,尊重他人的具体表现为:第一,应有换位思维,己所不欲,勿施于人,将心比心,设身处地为他人着想,急他人之所急。第二,要热情、真诚。热情的态度会使人产生受重视、受尊重的感觉。相反,对人冷若冰霜,会伤害别人。如果过分热情,会使人感到虚伪、缺乏诚意。第三,要给人留面子。所谓面子,就是自尊心。每个人都有自尊心,失去自尊心对一个人来说,是件非常痛苦的事。伤害别人的自尊是严重的失礼行为。维护自尊,希望得到他人的尊重,是人的基本需要。第四,允许他人表达思想,表现自己。当别人和自己的意见不同时,不要把自己的意见强加给对方。但要值得注意的是,尊重不是无原则的包容,不等于一味地顺从和迁就,更不等于放纵和无序。

3. 真诚原则。礼仪应是真诚的,绝不能与虚伪拉扯在一起。礼仪应是发自内心对人真诚的尊重、关心、爱护,并用自然得体的言行表达出来的行为。真诚即内心与外在行为的协调一致,表里如一。真诚原则要求人们在交往中发自内心地尊重他人,并与实际行动相一致,诚心诚意地待人,相信对方,正确认识对方。真正彬

彬彬有礼的君子则应是表里一致、内外和谐统一的人。真诚原则还包括在交往中要讲信用。无论在古代社会还是在现代社会,诚实讲信用是个人和组织生存发展的必要条件,关系到个人和组织的形象,影响到个人和组织的未来发展。因此,秘书人员应真诚待人,信守诺言,才能在交往中赢得对方的信任和好感,从而获得人际关系的和谐,交往的成功,合作的成功。

4. 宽容原则。孔子说“宽则得众”。宽容是一种美德,是指宽以待人,不过分计较对方的得失;宽容意味着要有容忍的雅量和多替他人考虑的品德;宽容是获得友谊、朋友,扩大交往的基本要求;宽容就是严于律己,宽以待人,是为人处世的较高境界,也是有较高修养的表现。作为秘书人员,应理解他人,体谅他人,对他人不求全责备,虚心接受他人的批评意见,即使错了,也认真听取。秘书人员应具有宽阔的心胸、坦荡的襟怀,应善解人意;不以己之长笑人之短,应尽量避免触痛他人;不自恃清高,不把自己的习惯强加于人;从自己做起,宽容地看待他人。

5. 适度原则。适度的原则,就是要求应用礼仪时,要注意技巧,合乎规范,特别要注意做到把握分寸,要把握好“度”,要适中,不能过分。过犹不及,就适得其反。秘书人员的言谈举止要符合自己的身份、地位,在接待外来群众或客户时应恰到好处,彬彬有礼,端庄稳重,不卑不亢,不能盛气凌人或妄自菲薄。

6. 自律原则。学习礼仪、运用礼仪的目的就是要以“礼”作为我们行为的规范和准则,进行自我要求、自我约束、自我检查。秘书人员作为礼仪的重要践行者,在人际交往和接待工作中,要时时处处严格要求自己,使自己的言谈举止符合礼仪规范,塑造良好的职业形象和组织形象。同时,秘书人员更要注意做到慎独,即在人们看不见、听不到的隐蔽之处,细微之处,也应使自己的语言、行为符合礼仪规范和准则。

(五) 以礼仪塑造组织形象

在现代社会中,任何一个社会组织都要处理好与自身发展密切相关的内外公众关系,树立良好的组织形象。要塑造良好的组织形象,必须充分发挥礼仪的功能和作用,塑造好秘书的形象,组织好各项礼仪活动。

1. 以秘书形象塑造组织形象

秘书人员在工作中,总是代表着自己为之服务的组织的利益。在外部公众心目中,秘书人员是组织的代表,秘书的形象代表着组织的形象。因此,秘书形象对组织形象的塑造至关重要。

(1) 秘书人员符合礼仪的服装穿着体现组织形象。秘书人员与客户见面时适时得体的衣着打扮不仅令客户产生信任和好感,而且会使整个合作过程充满和谐与成功。反过来,如果秘书人员蓬头垢面,缺乏素养,客户便可能会联想到组织整体素质的低下,不会有坚强的经济和技术实力。

(2) 秘书人员符合礼仪的语言交谈体现组织形象。在与外部公众交往中,一个

彬彬有礼的电话、一个恰到好处的问候能给对方留下亲切、热忱的美好印象,为开展工作提供一个良好的开端。

(3)秘书人员符合礼仪的行为举止体现组织形象。秘书人员端正的举止表达了对公众的恭敬和诚恳;秘书人员轻盈的步履展示了组织的热情和朝气。从而密切与外部公众的关系,形成和谐、融洽、合作的关系,获得外部公众对组织的认可和好评,从而创造出有利于自身发展的最佳环境。

2. 以礼仪活动塑造组织形象

组织与外部公众的交往活动中,礼仪起到调节相互关系的润滑剂作用,不仅可以巩固现有的关系,还可以广结良缘,拓展更多的新关系,得到更多的认同和帮助,创造出良好的生存与发展的环境。礼仪活动的组织和实施与社会组织形象战略保持一致。组织通过各种礼仪活动向公众显示各方面的形象,以感召公众,使公众认同企业,产生信任和好感,提高企业和社会上的地位和声誉。

在接待来访者时,考虑到接待规格、日程安排,让来宾感到组织的正规和待客的热情;在宴请客户时,考虑到主宾饮食爱好、宗教信仰的菜单,让来宾感到组织对来宾的尊重和人性化的关怀;在签约合影时,考虑到座次的合理,让来宾感到组织员工的规范和训练有素。

◎ 课后任务延伸

1. 讲述日常生活中看到或听到的礼仪故事或不符合礼仪规范的事情。

2. 讨论:

现在很多企业对秘书的要求是形体好、长得漂亮,有人就认为秘书是“花瓶”,是“小蜜”。秘书的外貌和形象是否重要?你如何看待这个问题?

3. 案例分析:

我国北方某省一位县长亲自出面接待一位想到当地考察投资建立制药厂的外商。途中两人谈话投机,外商深深为县长的宏论所吸引。通过初步考察了解,这位外商决定在该县投资。但是,当外商在参观即将被改造的该县原制药厂时,那位县长忽然“啪嗒”一声,一口浓痰吐在了厂门口。这一行径,立即引起外商的厌恶,他马上反悔,提出收回投资承诺。事后,外商给县长写了一封语重心长的信:“您作为一县之长都这样没有‘修养’,很难想象您的‘臣民’会是什么样子?建药厂是为了治病救人,而不讲卫生,则可能造成谋财害命的结果……”

试析:这个故事说明了什么?

◎ 相关知识链接

在欧洲,“礼仪”一词最早见于法语“etiquette”,原意是“法庭上的通行证”。18世纪中期的法国法庭为保证审判活动庄严肃穆地进行,要求进入法庭的人员必须