

工商管理经典译丛·简明系列

LESIKAR'S BUSINESS COMMUNICATION

商务沟通

——数字世界的沟通技能（第12版）



凯瑟琳·伦茨 (Kathryn Rentz) 玛丽·E·弗拉特利 (Marie E. Flatley) 葆拉·兰茨 (Paula Lentz) 著
朱春玲 檀文茹 译

BUSINESS ADMINISTRATION CLASSICS

Mc
Graw
Hill

Education

 中国人民大学出版社

Mc
Graw
Hill

BUSINESS ADMINISTRATION CLASSICS 工商管理经典译丛 · 简明系列



LESIKAR'S BUSINESS COMMUNICATION

商务沟通

——数字世界的沟通技能

(第12版)

凯瑟琳·伦茨 (Kathryn Rentz)

玛丽·E·弗拉特利 (Marie E. Flatley)

葆拉·兰茨 (Paula Lentz)

朱春玲 檀文茹

著

译

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

商务沟通: 数字世界的沟通技能: 第 12 版/伦茨, 弗拉特利, 兰茨著; 朱春玲, 檀文茹译. —北京: 中国人民大学出版社, 2012. 5

(工商管理经典译丛·简明系列)

ISBN 978-7-300-15331-5

I. ①商… II. ①伦…②弗…③兰…④朱…⑤檀… III. ①商业管理-公共关系学 IV. ①F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 043034 号

工商管理经典译丛·简明系列

商务沟通——数字世界的沟通技能 (第 12 版)

凯瑟琳·伦茨

玛丽·E·弗拉特利 著

葆拉·兰茨

朱春玲 檀文茹 译

Shangwu Goutong

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 涿州市星河印刷有限公司

规 格 185 mm×260 mm 16 开本

版 次 2012 年 5 月第 1 版

印 张 25.5 插页 1

印 次 2012 年 5 月第 1 次印刷

字 数 583 000

定 价 49.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

译者序

随着经济的全球化及网络通信技术的日新月异，人们对商务活动中沟通的理解发生了转变。商务沟通在经济活动中受到前所未有的重视。正值此际，美国凯瑟琳·伦茨教授、玛丽·E·弗拉特利教授和葆拉·兰茨教授联手编撰的畅销全美的沟通课程教材《商务沟通——数字世界的沟通技能（第12版）》问世了。该书以简洁的文字、流畅的语言和通俗易懂的表达方式，将最新的网络技术融入商务沟通教学的全过程。

与其他同类书籍相比，本书并没有论述与沟通相关的所有内容，它描述沟通在商务场合中的运用及过程，将重点放在沟通中的基础环节——商务写作。商务写作的内容涉及如何撰写信函、报告、求职函件等不同题材，如何构思立意、安排结构乃至遣词造句，如何运用图表直观表达，如何运用翔实的事例使读者更为信服。各章末还备有丰富的练习材料，供学生巩固所学的概念，节省了教师使用教材时编写或寻找相关练习的时间。在此基础上，它阐述了公共演讲、口头报告及跨文化沟通中的沟通策略。

为了便于教师讲解，该书在各章中增添了以下内容：

1. 章首列出本章的学习目标，章末围绕学习目标进行总结。
2. 每章在正文前设有导入案例，给定真实的商务沟通情景，提供全章讨论的素材。
3. 网络技术的更新及其在商务活动中的普及推动了沟通方式的革命。每章中的“沟通技巧浅谈”专栏，展示了科技的发展是如何与商务沟通的活动息息相关的，内容包括文本信息、电子邮件及在工作场合频繁使用的其他软件工具、技术等。
4. “沟通的重要性”专栏给读者提供了与权威沟通专家、教授进行沟通的机会，以加深对每章沟通概念的理解。

考虑到原著篇幅较大，根据国内教学的实际需要，中文版将原著各章后的练习题和案例分析放在了中国人民大学出版社工商管理分社的网站上，读者可登录 www.rdjg.com.cn 下载或阅读。一些章节提供的实例较长，也放在了该网站上，供读者参考。

由于原著介绍的是基于英语语境的商务沟通，对其中提供的例子完全遵照原文翻译在很多时候意义不大，因此中文版选择了概括意译、只译对的例子等不同的方式，希望读者注重体会其中的意境，融汇贯通。本书的翻译工作得到多位老师的支持，北京工商大学外语系朱蓉老师翻译了第1、第2章，其他章节由中国人民大学商学院檀文茹老师和朱春玲老师校译。河北联合经济学院的徐静珍、田翠云、韩以群和陈倩老师也参与了翻译工作。

本书提供在线教辅支持，可浏览网站 <http://www.mhhe.com/lesikar05> 获取相关资料。在线教辅材料有供教师使用的教师用书、测试题库、课堂演示幻灯片等，也有供学生使

用的自我测试题、复习资料以及互动式练习题,以加深对沟通的理解,达到有效沟通的目的。本书不仅可以作为高校本科生、普通研究生及 MBA 商务沟通课程的教材,同时也可以作为从事管理人员及企业内部沟通培训的参考书。

由于译者学识水平有限,本译作可能有翻译不妥之处,恳请广大读者提出修改意见,以便再版时修正。

中国人民大学商学院 朱春玲

前言

本书基于雷·莱西卡（Ray Lesikar）领衔的经典的第 11 版进行修订，在坚持既有原则的同时，关注 21 世纪的商务环境。本版继续将重点放在分析问题，为读者提供信息，并积极拓展人际关系等方面。本版还讨论了当前商务沟通面临的挑战，以便学生更好地应对这些挑战。本书之所以备受推崇，就是因为它与现实相结合，介绍了有效沟通的各种基本技能。

联系实际

本书作者是一个跨学科的研究团队，拥有丰富的经验，将带领读者深入了解该领域的权威研究成果。除了从老师、学者、管理者那里收集信息外，他们还融汇了自己以及其他研究人员和从业人员在商务沟通领域的想法，从而提供了多元的视角。

本书基于对商务沟通问题的思考与实践，提供了大量实际的案例。案例的范围十分广泛，涉及内部沟通和外部沟通，以及各种商务场合的沟通。此外，这些案例涵盖学生有可能在工作场所中遇到的挑战，对从一般情况下的沟通到复杂情况下的沟通都进行了研究和分析。

关注当前技术

互联网和其他通信技术——从电子邮件和短信，到社交网络 and 在线合作——不断改变着经营业务的方式，学生需要了解他们如何在办公室乃至全球范围内选择沟通方式。本书不仅讨论了上述这些形式，还介绍了更多的沟通方式。此外，大量资料向学生介绍了各种有益的电子工具，包括表格自动生成器、在线翻译方案和搜索引擎等。本书介绍的通信技术将帮助学生走上工作岗位后迅速适应工作环境，并有效地与人沟通。

全面详尽

在本书的撰写过程中，与“商务沟通”课程的教师进行了商讨，与商务人士进行了对话，因此书中既包括写作和语言表达方面的忠告，也包括学生可能会遇到的商务沟通形式。本书还专门介绍了跨文化沟通。书中提供了一些建议和习题，无论你教的学生处于什么水平或者想了解什么主题，都可以从中找到相应内容。

实用性强

本书力图为学生提供切实可用的方法,以使学习变得简单而且有趣。本书提供的解决问题的方法将引导学生通过分析各种商务信函,融合具体建议,聚焦于批判性思考,增强判断力和创造力。为此,本版具有以下特点,所有这些在之前的版本中都被证明是非常成功的。

- 可读性强。使用清楚易懂的表述方式来指导学生。
- 设置学习目标。位于各章开篇处,明确并强调学习目标。
- 介绍情况。基于现实的商务环境描述各种类型的商务沟通,提供有关背景的讨论和例子。
- 函件概述。总结和说明写作时涉及的基本的函件类型。
- 专家的意见和评论。包含权威性信息,增加读者兴趣,为整本书增添亮点。
- 丰富的实例。对好的和差的例子进行解释性评论,向学生展示如何选择正确的表达方式。
- 基于计算机和网络应用。计算机和网络的应用贯穿本书的写作过程。
- 有关计算机的使用。“沟通技巧浅谈”专栏和本书网站介绍了更多有关计算机在商务沟通中的作用的内容。
- 学习目标总结。各章结尾总结了学习目标,并提纲挈领地回顾了该章的主要内容,便于学生巩固所学知识。
- 思考题。各章最后围绕该章讨论的主题安排了练习题,并提供了课堂讨论的材料。
- 丰富的案例。各章提供了大量当代的实际的企业案例,包括很多函件和报告的类型,可指导学生了解相关情况,并为他们提供实践机会。

方便教学

也许更有价值的是,本书为教师教学提供了许多帮助。除了上述特点有助于教学外,以下补充材料也可以帮助教师充分利用本书。

- 教师资源手册。以下材料可以在课堂上轻松使用:概要和评分等级;教学笔记的总结;各种函件的说明与教学建议;幻灯片的运用指南;各章思考题的答案;问题解决方案示例。
- 幻灯片。提供各章的关键要点、更多的案例及对例子的点评。
- 在线视频。这些视频案例由真正的商务人士提供,聚焦于工作场所中沟通的重要性。各章提供一个真实的商业问题,供学生学习和课堂讨论使用。
- 试题库。试题全面涵盖所有章节。
- 电脑测试软件。教师可以使用这种先进的测试软件满足特定的需求。
- 教师资源网上学习中心 (www.mhhe.com/leiskar12e) 为本书提供最新的内容支持。其中包括一个有很多案例的数据库、需要使用网络资源来编写解决方案的案例、与主题

有关的链接，以及其他活动的学习材料。

● 有关教学工具和技巧的博客。访问这个博客，可以获得教师授课的最新讲义和作业材料，以及与作者沟通的途径。

本书的结构

本书第 11 版的组织结构得到了广泛认同，因此本次修订依然保持了这些特点：

- 第 1 篇介绍商务沟通面临的现实挑战，以及商务沟通的过程。
- 第 2 篇介绍基本的写作技巧，分析写作过程，并介绍商业信息。
- 第 3 篇介绍常见的函件类型，以及正面的、负面的或中性的表述方式，有说服力的、直接与间接的表达结构。
- 第 4 篇介绍报告的撰写。虽然重点是较短的报告，但对长篇报告也进行了分析。
- 第 5 篇介绍了商务沟通的口头形式及跨文化沟通。

第 12 版的特别之处

与以前的版本相比，本版完善和突出了很多内容，比如：

- 第 1 章更加关注商务人士在 21 世纪的商务背景下面临的挑战：通信技术飞速发展，日益全球化，工作场所呈现多样性，更加注重社会责任。
- 在第 5 章中，对写作过程中的受众分析进行了更详细的讨论，对商务写作的主要形式进行讨论时考虑到社交相关内容。
- 在第 6 章中，讨论与订单确认相关的致谢函，展示信函范例和解决问题的实际案例。
- 将关注的重点从有说服力的信函和索赔函转向负面信函，从而使组织结构更有逻辑。
- 讨论短篇报告和长篇报告的内容已被精简，该主题现在分散在全书的两三章中。比如，在第 10 章中讨论合作撰写报告；在第 11 章中补充当前的实例。
- 关注正式口头沟通，而不是演讲和设计使用幻灯片等。
- 对跨文化沟通方面的内容进行了补充，增加了跨文化领域的分析框架、更多的例子和资源，以及更全面、更新的建议。

致谢

我们要感谢为本书第 11 版作出贡献的人士：

Laura Alderson, University of Memphis

Carolyn Ashe, University of Houston—Downtown

Jean Baird, Brigham Young University—Idaho

Jill M. Batson, Henderson State University

Kenneth R. Bellinder, National-Louis University
Audrey Cohen, Kingsborough Community College
Brenda A. Cornelius, University of Arkansas Community College at Hope
Linda Di Desidero, University of Maryland University College
Michael E. Durkee, Miramar Community College
Sean J. Glassberg, Horry-Georgetown Technical College
Guillermo A. Hernandez, De Anza College
Jean Kapinsky, Northcentral Technical College
Jeanette A. Karjala, Winona State University
Brian Keliher, Grossmont College
Anita Leffel, The University of Texas at San Antonio
Nancy K. Legrand, Southeast Missouri State University
Jere Littlejohn, University of Mississippi
Jeanette S. Martin, University of Mississippi
Kenneth R. Mayer, Cleveland State University
Andrea Muldoon, University of Wisconsin—Stout
Rebecca Pope-Ruark, Elon University
Windy Rachal, Nicholls State University
Evette W. Richardson, Norfolk State University
Heidi Schultz, University of North Carolina—Chapel Hill
Mageya R. Sharp, Cerritos College
Karen J. Smith, Columbia Southern University
Jessica Stoudenmire, El Camino College
Traci Thompson, Kilgore College—Longview
David A. Victor, Eastern Michigan University
Kelly Warren, Wayland Baptist University
Bennie J. Wilson, III, University of Texas at San Antonio
Robert Zackowski, Horry Georgetown Technical College
我们也要感谢为本版作出贡献的人士：
James J. Balakier, University of South Dakota
Lecia Barker, University of Colorado
Melissa Barth, Appalachian State University
Rathin Basu, Ferrum College
Linda Bell, Reading Area Community College
Sandra K. Christianson, National American University
Sara Cushing, Piedmont Technical College
Mary Beth Debs, University of Cincinnati
Norma J. Dexter, Florida State University—Panama City

Gloria Diemer, Suffolk County Community College
 Carolyn Embree, The University of Akron
 Donna Everett, Morehead State University
 Lu Ann Farrell, Clinton Community College
 Dale Fike, Redlands Community College
 Alicen Fiosi, Lamar University
 Sheryl Fitzpatrick, Waldorf College
 Fernando Ganivet, Florida International University
 Glenn Good, Front Range Community College
 Katherine Gotthardt, National American University
 Diana Green, Weber State University
 Frances K. Griffin, Oklahoma State University
 Susan A. Heller, Reading Area Community College
 Deborah Holder, Piedmont Technical College
 Robert Insley, University of North Texas
 Jane Johansen, University of Southern Indiana
 Susan King, Union County College
 Melinda Knight, University of Rochester
 Marianna Larsen, Utah State University
 John La Lone, Tarleton State University—Central Texas
 Robert J. McMahon, National American University
 Elizabeth Metzger, University of South Florida
 Richard R. Meza, Columbia College of Missouri
 R. Wayne Preslar, Methodist College
 Zane Quible, Oklahoma State University
 Pamela L. Ramey, Kent State University
 Lillie A. Robinson, North Carolina AT&T University
 Janet Sebesy, Cuyahoga Community College
 Stacey Short, Northern Illinois University
 Julie Simon, Clarkson College
 Lisa Gueldenzoph Snyder, North Carolina AT&T University
 Eric Soares, California State University, East Bay
 Sandy Thomas, Kansas City Kansas Community College
 David Ward, University of Wisconsin—Madison
 Gary T. Ward, Reedley College
 Karen Schelter Williams, San Diego Mesa College
 Laura Williams, Lipscomb University

此外, 本书得到了我们的同事的大力支持, 在此一并表示感谢。

最后，伦茨要特别感谢 Michael Rentz, Rebecca Horn, 以及 University of Cincinnati 英语系的朋友们；弗拉特利要特别感谢 San Diego State University 的同事；兰茨要特别感谢她的丈夫 John 及家人，University of Wisconsin-Eau Claire 的同事，以及引导她走上写作之路的高中英语老师 Charles Russell。

凯瑟琳·伦茨

玛丽·E·弗拉特利

葆拉·兰茨

Kathryn Rentz, Marie E. Flatley, Paula Lentz

Lesikar's Business Communication: Connecting in a Digital World, 12th edition

0-07-337779-1

Copyright © 2011, 2008, 2005, 2002, 1999, 1996, 1993, 1991, 1989, 1984, 1980, 1976 by The McGraw-Hill Companies, Inc.

All Rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including without limitation photocopying, recording, taping, or any database, information or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

This authorized Chinese translation edition is jointly published by McGraw-Hill Education (Asia) and China Renmin University Press. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only, excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan.

Copyright © 2011 by McGraw-Hill Education (Asia), a division of the Singapore Branch of The McGraw-Hill Companies, Inc. and China Renmin University Press.

版权所有。未经出版人事先书面许可，对本出版物的任何部分不得以任何方式或途径复制或传播，包括但不限于复印、录制、录音，或通过任何数据库、信息或可检索的系统。

本授权中文简体翻译版由麦格劳-希尔（亚洲）教育出版公司和中国人民大学出版社合作出版。此版本经授权仅限在中华人民共和国境内（不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾）销售。

版权© 2011 由麦格劳-希尔（亚洲）教育出版公司与中国人民大学出版社所有。

本书封面贴有 McGraw-Hill 公司防伪标签，无标签者不得销售。

北京市版权局著作权合同登记号：01-2011-7789

教师反馈及课件申请表

McGraw-Hill Education, 麦格劳-希尔教育出版公司, 美国著名图书出版与教育服务机构, 以出版经典、高质量的理工科、经济管理、计算机、生命科学以及人文社科类高校教材享誉全球, 更以网络化、数字化教学辅助资源深受高校教师的欢迎。

为了更好地服务于中国教育发展, 提升教学质量, 2003年麦格劳-希尔教师服务中心在京成立。在您确认将本书作为指定教材后, 请您填好以下表格并经系主任签字盖章后寄回, 麦格劳-希尔教师服务中心将免费向您提供相应的教学课件或网络化课程管理资源。如果您需要订购或参阅本书的英文原版, 我们也会竭诚为您服务。

书号/书名:			
所需要的教学资料:			
您的姓名:			
系:			
院/校:			
您所讲授的课程名称:			
每学期学生人数:	_____人 _____年级	学时:	
您目前采用的教材:	作者: _____ 出版社: _____ 书名: _____		
您准备何时用此书授课:			
您的联系地址:			
邮政编码:		联系电话: (必填)	
E-mail (必填)			
您对本书的建议:			系主任签字 盖章



中国人民大学出版社

工商管理出版分社

北京市海淀区中关村大街甲59号文化大厦15层
100872

电话: 010-62515732, 62514162

传真: 010-6251 4775

电子邮件: rdcbsjg@crup.com.cn

网址: <http://www.crup.com.cn>



Education

麦格劳-希尔教育出版公司教师服务中心

北京市海淀区清华科技园科技大厦 A 座 906 室
北京 100084

传真: 010-6279 0292

教师服务热线: 800-810-1936

教师服务信箱: instructor_cn@mcgraw-hill.com

网址: <http://www.mcgraw-hill.com.cn>

教师教学服务说明

中国人民大学出版社工商管理分社以出版经典、高品质的工商管理、财务会计、统计、市场营销、人力资源管理、运营管理、物流管理、旅游管理等领域的各层次教材为宗旨。为了更好地服务于一线教师教学，近年来工商管理分社着力建设了一批数字化、立体化的网络教学资源。教师可以通过以下方式获得免费下载教学资源的权限：

(1) 在“人大经管图书在线” (www.rdjg.com.cn) 注册并下载“教师服务登记表”，或直接填写下面的“教师服务登记表”，加盖院系公章，然后邮寄或传真给我们。我们收到表格后将在一个工作日内为您开通相关资源的下载权限。

(2) 如果您有“人大出版社教研服务网络” (<http://www.ttrnet.com>) 会员卡，可以将卡号发到我们的电子邮箱，无须重复注册，我们将直接为您开通相关专业领域教学资源的下载权限。

如您需要帮助，请随时与我们联系：

中国人民大学出版社工商管理分社

联系人：刘玉仙 (010-62515735)

李文重 (010-82501704)

传真：010-62515732，62514775

电子邮箱：rdcsjg@crup.com.cn

通讯地址：北京市海淀区中关村大街甲 59 号文化大厦 1501 室 (100872)

教师服务登记表

姓 名	☐ 先生 ☐ 女士		职 称		
座机/手机			电子邮箱		
通讯地址			邮 编		
任教学校			所在院系		
所授课程	课程名称	现用教材名称	出版社	对象（本科生/研究生/MBA/其他）	学生人数
需要哪本教材的配套资源					
人大经管图书在线用户名					
院/系领导（签字）： 院/系办公室盖章					

目 录

第1篇 导 论

第1章 工作场所的沟通	(3)
1.1 沟通在商务活动中的作用	(3)
1.2 商务沟通过程.....	(11)
1.3 商务沟通：概要.....	(16)

第2篇 商务写作基础

第2章 词语的斟酌与选择	(23)
2.1 斟酌的重要性.....	(24)
2.2 关于选择词汇的建议.....	(25)
2.3 关于非歧视写作的建议.....	(36)
第3章 造句与组段	(42)
3.1 造句与组段的重要性.....	(42)
3.2 关注造句.....	(43)
3.3 组段应注意的问题.....	(59)
第4章 追求最佳沟通效果	(65)
4.1 最佳沟通效果的重要性.....	(66)
4.2 采用会话语言风格.....	(67)
4.3 以阅读者为中心.....	(69)
4.4 多用积极的语言.....	(71)
4.5 礼貌.....	(74)
4.6 强调的作用.....	(78)

第3篇 商务函件的基本形式

第5章 商务函件及其写作过程	(85)
5.1 熟练写作的重要性.....	(85)
5.2 写作过程.....	(86)

5.3	易读格式的重要性	(91)
5.4	传统书信	(93)
5.5	备忘录	(95)
5.6	电子邮件	(97)
5.7	商务写作中的新兴媒介	(103)
第 6 章	开门见山——传递正面和中性信息	(110)
6.1	商务沟通中开门见山方式的流行	(110)
6.2	预先评估	(111)
6.3	开门见山式函件的一般方案	(111)
6.4	日常询问函	(112)
6.5	积极的回复	(118)
6.6	理赔函	(122)
6.7	订单确认函和其他致谢函	(125)
6.8	业务函件	(130)
6.9	其他适合开门见山的情形	(136)
第 7 章	间接陈述——传递负面信息	(138)
7.1	需要间接表达方式的情形	(138)
7.2	一般的间接陈述计划	(139)
7.3	拒绝请求	(140)
7.4	索赔函	(144)
7.5	拒绝理赔函	(148)
7.6	负面信息的通知	(153)
7.7	其他采用间接表达方式的函件	(158)
第 8 章	间接表达——传递说服性信息	(160)
8.1	间接表达方式的原理	(160)
8.2	说服的一般性建议	(161)
8.3	说服性请求	(163)
8.4	销售函件	(169)
8.5	提案	(186)
第 9 章	求职过程中的沟通	(197)
9.1	求职调查	(197)
9.2	准备求职文件	(202)
9.3	制作个人简历	(203)
9.4	写求职信	(223)
9.5	面试	(233)
9.6	求职工作的收尾	(237)

第 4 篇 报告写作基础

第 10 章 报告写作基础知识	(245)
10.1 报告与你的将来	(246)
10.2 报告的定义	(246)
10.3 确定报告的目的	(247)
10.4 确定问题要素	(248)
10.5 搜集所需信息	(250)
10.6 阐述研究结果	(251)
10.7 组织报告信息	(253)
10.8 撰写报告	(262)
10.9 合作完成报告写作	(269)
第 11 章 商务报告的类型	(275)
11.1 报告的一般结构	(276)
11.2 短篇报告的特点	(280)
11.3 短篇报告的形式	(285)
11.4 短篇报告的类型	(289)
11.5 长篇正式报告的组成内容	(294)
11.6 结构连贯性安排	(298)
11.7 对长篇正式报告的阐释	(301)
第 12 章 报告和其他文件中的图表	(304)
12.1 绘制图表	(305)
12.2 构建图表的一般技巧	(305)
12.3 构建文本图表	(309)
12.4 构建视觉化图形	(313)
12.5 对图表的排版和阐释	(327)

第 5 篇 口头沟通和跨文化沟通

第 13 章 口头沟通和人际沟通	(333)
13.1 口头沟通	(334)
13.2 非正式交谈	(334)
13.3 主持与出席会议	(336)
13.4 如何打电话	(341)
13.5 使用口述信息和报告	(343)
13.6 倾听	(345)