



MBA实务

管理就那么简单

MBA速成教程 商业沟通

快速更新观念

美国业界领袖撰写

简便实用的版式，深入浅出

源于现实商务世界的信息

拿来就用！

海南出版社

[美] 劳伦·维克 / 著
罗恩·海因 / 著
刘建新 / 译

MBA 实务

MBA 速成教程
商业沟通

〔美〕劳伦·维克 & 罗恩·海因 / 著
by Lauren Vicker & Ron Hein
刘建新 / 译

海南出版社

The Fast Forward MBA in Business Communication

by Lauren Vickerr & Ron Hein.

Copyright © 1999 by Lauren Vickerr & Ron Hein..All rights reserved

中文简体字版权 © 2001 海南出版社

本书原著的英文版本出版人 John Wiley & Sons, Inc. 授权出版

版权所有 不得翻印

版权合同登记号: 图字: 30-2001-81 号

图书在版编目 (CIP) 数据

MBA 实务—商业沟通速成教程 / [美] 劳伦·维克 (Lauren Vickerr.) [美] 罗恩·海因 (Ron Hein.)

刘建新 译. - 海口: 海南出版社, 2002.7

(MBA 实务)

书名原文: The Fast Forward MBA in Business Communication

ISBN 7-5443-0408-6

I. 商... II. ①维... ②王... III. 商业经营管理学 - 研究生 - 教材

IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 046548 号

MBA 实务—商业沟通速成教程

作 者: [美] 劳伦·维克 (Lauren Vickerr.)

[美] 罗恩·海因 (Ron Hein.)

译 者: 刘建新

责任编辑: 刘 靖

特约编辑: 柯祥河

装帧设计: 第三工作室

版式设计: 孙志敏

责任校对: 汤万星

责任印制: 李 兵

印刷装订: 北京四季青印刷厂

读者服务: 杨秀美

海南出版社 出版发行

地址: 海口市金盘开发区建设三横路 2 号

邮编: 570216

电话: 0898-66812776

E-mail: hnbook@263.net

经销: 全国新华书店经销

出版日期: 2002 年 7 月第 1 版 2002 年 7 月第 1 次印刷

开本: 880 × 1230 毫米 1/32

印张: 9.75

字数: 190 千字

书号: ISBN 7-5443-0408-6/F · 52

定价: 24.80 元

【版权所有, 请勿翻印、转载、违者必究】

如有缺页、破损、倒装等印装质量问题, 请寄回本社更换

邮购汇款地址: 海口市金盘开发区建设三横路 2 号, 杨秀美女士 收/邮编: 570216

前 言

欢迎阅读《MBA 实务—商业沟通》。我们希望您是鉴于以下这种原因而翻开本书的：由于使用高效的口头和书面沟通技巧，经理人员和行政人员成功地达到了需要的效果。

《MBA 实务—商业沟通》在阐述写作和演讲技巧方面不同于其他有关商业书籍。它包括以下方面：

- 简明的内容，逻辑紧密的结构，可操作的方向性。
- 一种方便读者阅读的版式，读者既可以阅读全书，又可以选择部分章节阅读。
- 有效的商业写作和商业演讲程序。
- 策略性的管理沟通与高效的管理之间的联系。

《MBA 实务—商业沟通》确保能够节省你的时间和金钱。由于使用错误的文件和演示程序，经理人员和行政人员浪费了大量的时间。一个系统化的程序不但能够帮助你提高工作效率，减少人浮于事的状况出现，而且能够更有效地交流思想。本书提供了一些这样的程序。

为了提高个人的写作和演讲水平，很多商业行政人员经常阅读此类书籍。其他人需要一些提示来提高团队成员的工作效率。本书能够在这两个方面帮助你。

在本书的第二部分，我们详细介绍了个人写作程序，内容如下：

- 写作和编辑程序
- 文件的逻辑和结构
- 文件的布局和设计
- 各种不同的文件介绍：

备忘录

电子邮件

投标方案和招标启事

报告

在第三部分，我们详细介绍了个人演讲程序，内容如下：

- 明确目标
- 分析听众
- 收集辅助的材料
- 组织你的观点
- 设计视觉材料
- 提高演讲水平
- 回答听众的问题
- 消除演讲中的紧张情绪

除了商业写作和商业演讲之外，我们还增添了两个重要方面：

在第一部分，除了介绍策略性的管理沟通，我们还讨论了

它与商业沟通之间的关系。商业沟通不能被认为仅仅是个人的事情，而应该从整个公司的范围予以考虑。信息和信息科技的爆炸使得公司不得不寻找更有效的方法来管理文件，并实现在个人和工作团体之间共享信息。为了提高口头和书面信息的价值，公司需要更有效地使用信息资源。我们提出公司整体性策略的观念，是为了能减少因书写不必要也无甚价值的文件和演讲稿所浪费的时间，从而得以集中精力提高技能、程序和作品。

在第四部分，我们讨论团队写作和团队演讲。这些指导原则对很多公司都很有意义。这些公司强调团队和工作团体是完成工作的基石。与其他人成功合作的能力在很大程度上将决定文件或演讲的成功。

在附录部分，我们提供了补充材料，其中包括自我语法测试和特殊场合演讲的指导原则。我们的网址（[ron - hein.com](http://ron-hein.com)）也提供了许多样本资料，它们指导如何设计出具有最大的影响力的文件和视觉材料。

根据《财富》杂志安妮·费舍尔对美国 1000 家最大的公司调查结果，其中 96% 的公司坚信雇员必须具有良好的沟通技巧才能够成功。我们相信你清楚沟通技巧的重要性。我们期望本书能够成为读者极好的商业沟通指南。在你的商业生涯中，它能够帮助你发展和完善沟通技巧。我们欢迎你就本书提出疑问、评价和反应。请通过以下网址与我们联系：[www.ron - hein.com](http://www.ron-hein.com)，我们确信良好的写作和演讲技巧能够帮助你节约时间和金钱。

明星机构：特拉华大学数学科学学院

商业沟通是一门跨越了所有专业和领域的课题。人们越来越认为高效的沟通技巧是必不可少的商业工具。比如在 20 年前，会计仅仅专注于数字而很少与顾客接触。但现在，会计的日常工作是发表演讲、拜访顾客和书写提议。现在社会很难找到一份可以忽视沟通技巧重要性的工作职位。

近年来一个令人吃惊的现象是：数学领域首先引进了商业沟通技巧。国家科学基金会提供基金给特拉华大学数学科学学院的大学生教授，他们与国家科学基金会合作提供演讲技巧训练。这种训练计划帮助数学专业的研究生转换到商业领域和工业领域工作。这种过渡涉及如何向其他专业人士解释复杂的数学专业。

特拉华大学数学科学学院数学教授彼得·蒙克说：“我们承认我们的研究生善于教授大学课程。但他们没有在数学专业非技术性演讲领域获得好的起作用的榜样。研究生参加专业会议，他们看到数学家仅仅阅读文件，或在黑板上写字，并不与听众实际接触。”工业和应用数学协会的报告提到：沟通至关重要，不容忽视。写作和发言技巧对所有的数学家都很重要。在这份报告的鼓舞下，在给国家科学基金会的津贴申请中，特拉华大学数学科学学院增加了演讲技巧研讨会的内容。在第一年，7 名研究生和 2 名学院职员参加为期 3 天的研讨会。这个研讨会不仅仅把时间花在个人演讲和评估上，还讨论了数学领域内演讲的某些方面。在研讨会的最后一天，参加者为非数学专业的听众发表了与数学专业相关的演讲。彼得·蒙克博士说：“这件事对我们来说很困难。我们习惯和数学家交谈。一些复杂的术语很难用浅显易懂的词语解释出来。但从另一个方面来说，在商业世界里，你必须向控制你的预算的人解释你的观点和建议。”

特拉华大学致力于为数学专业研究生增加沟通技巧训练，它取得了探索性的成果。其他的科技领域可以采取商业研究生院的做法，把 MBA 项目的商业写作和演讲当成必修课程来学。随着劳动力全球化和许多公司使用多技能的团队的趋势，一个机构内的每一个部门都需要提高商业沟通技巧。

MBA速成教程 / 系列

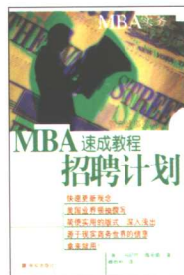
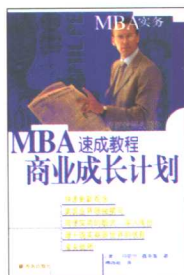
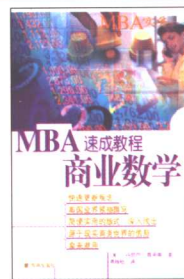
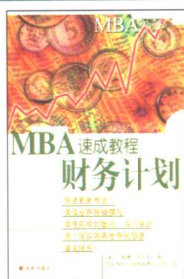
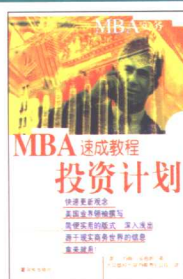
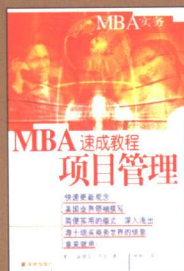
作者简介

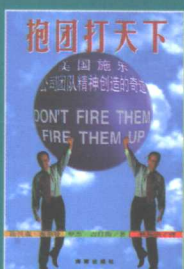
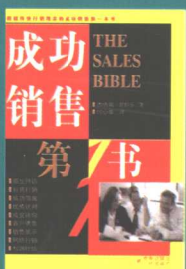
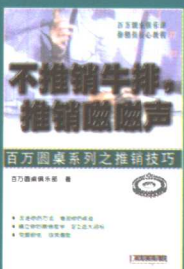
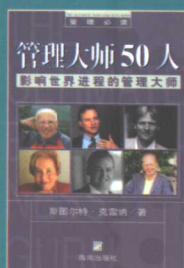
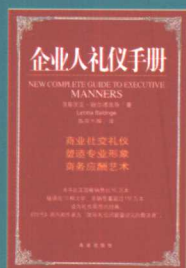
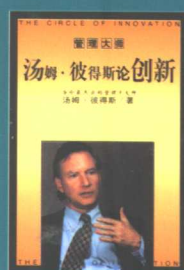
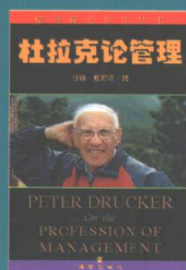
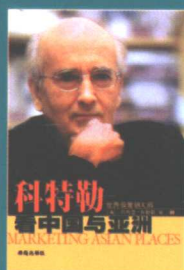
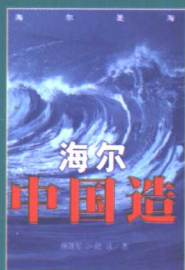
劳伦·维克 (Lauren Vicker)

劳伦·维克(Lauren Vicker)是圣约翰费舍尔大学(St. John Fisher College)沟通/新闻系主任和教授。她曾在罗切斯特大学(University of Rochester)西蒙商学院执教7年。除教学外,她还以咨询的方式向各个专业团体和院校提供演讲技能培训。她现住纽约。

罗恩·海因 (Ron Hein)

罗恩·海因(Ron Hein)是Ron Hein & Associates 公司总裁。该公司专门为个人和像施乐(Xerox)和柯达(Kodak)等客户提供写作、编辑和咨询方面的服务。他也曾在罗切斯特大学教过7年MBA课程,现仍在教学MBA行政发展课程。他现住纽约。







海南出版社
Hainan Publishing House

目 录

前 言 / 1

第一部分 商业沟通策略

第 1 章 策略性的商业沟通 / 3

导致商业沟通变革的因素/基准和团队工作要求良好的沟通/领导艺术和谈判要求良好的沟通/决定沟通策略/实施你的沟通策略/公司层面的商业沟通趋势/在团队内部形成高效的商业沟通/个人形成高效的商业沟通/协调供应链和人力资源管理/管理风格和沟通策略

第 2 章 电子时代的文件管理 /19

文件管理的变革/文件的循环周期/来源/存档/使用/检索/安全性/文件保存和销毁

第二部分 商业写作和编辑

第 3 章 写作和编辑程序 /29

写作前的准备工作/草稿/编辑/写作后的工作

第 4 章 文件的逻辑和结构 /47

首先思考/建立一个组织结构/设定有力的论点/使用数字和表格/设计图表、数字和表格

第 5 章 文件设计和布局 /59

写作前的设计和布局/使用 Word 程序和演示程序中的模板/打草稿和编辑时的设计和布局/写作后的设计和布局/特殊的设计和布局/在样本文件中使用设计和布局

第 6 章 电子邮件 /77

用户之间缺乏普通的标准和规范/主题线/松散的结构和组织/太多的信息/凌乱/视觉提示/过于别致/情感符号/哎呀，我把它发送出去了！/在全世界发送和转发电子邮件/缺乏标准的格式/安全性的考虑/电子邮件的文件循环周期

第 7 章 备忘录 /89

好的备忘录具有可读性/做一份好的备忘录/备忘录的样本

第 8 章 商业信函 /99

内容/结构/语调和措辞/正确拼写姓名和头衔/避免重大的错误/风格——设计和布局

第 9 章 报告和行政总结 /109

好的报告由什么组成？/在报告中使用写作和编辑程序/改进报告的结构使之具有可读性/使用行政总结并确保报告简短

第 10 章 投标方案和招标启事 /127

投标方案和招标启事之间的关系/正规的投标方案和不正规的投标方案/投标还是不投标？/书写投标方案和招标启事/评估投标方案

第三部分 商业演讲

第 11 章 明确目标 /141

明确一般的目标/明确特定的目标/明确你预期的结果

第 12 章 分析听众 /145

谁将是我的听众？/听众了解的是什么？/听众所知道的是什么？/听众是否对此主题有自己的观点？/什么能够激励听众？/听众需要或想要的是什么？/你希望或要求听众做什么？/依靠情景

分析

第 13 章 收集辅助的材料 /157

辅助材料的类型/使用辅助材料的指导原则

第 14 章 组织你的观点 /165

开头/第一印象/开始演讲/建立论点/拓展演讲的正文/组织观点/用软件制作演讲的大纲/过渡/结论

第 15 章 设计视觉材料 /183

为什么使用视觉辅助材料?/视觉材料的种类/演讲杂志/好的视觉材料的特点/一份好的视觉材料具有可视性/一份好的视觉材料应该是没有错误的/一份好的视觉材料易于使用/一份好的视觉材料是吸引人的/好的视觉材料与主题直接相关/可爱/练习使用视觉材料/准确及时显示视觉材料/尽量与听众进行眼睛与声音交流

第 16 章 练习演讲 /205

演讲的类型/避免分散注意力/有效地使用嗓音/使用姿势和手势丰富你的演讲/练习演讲

第 17 章 回答听众提出的问题 /223

准备问题/在商业演讲中处理问题/仔细地倾听问题/不知道答案时如何反应/控制听众提问的场合/预先设定问题：你会这样做吗？

第 18 章 缓解演讲紧张情绪 /231

为什么我们害怕当众发言？/演讲紧张是不是真的
是坏事？/如何缓解或控制演讲紧张情绪？

第 19 章 评估演讲 /239

你达到你的目标吗？/听众分析/发表演讲

第四部分 团体写作和团体演讲

第 20 章 团体写作 /245

评估团队程序/评估团队成员技能/评估书面材料

第 21 章 团体演讲 /253

根据现有的书面材料发表团体演讲/没有书面文件的
团体演讲/团体演讲的一般指导原则

附录 A 自我语法测试 /259

附录 B 特殊场合演讲的指导原则 /269

附录 C 电子邮件的样本 /273

附录 D 商业信函的样本 /275

附录 E 投标方案和招标启事的样本 /281

附录 F 报告样本 /285

第一部分

商业沟通策略

高效的商业沟通不仅仅是指一个人能够写出一份清楚的备忘录、有用的行政总结、一份好的报告，或发表一个有说服力的商业演讲。它由以下部分组成：个人技巧、团体或组织的决定、支持公司发展的政策、企业哲学和能够促进组织内个人和团体联系的行为。这些联系保证个人和组织正确有效地共享关键的策略信息和操作信息。如果经理人员和公司不能形成和鼓励使用沟通程序，他们将失去潜在的竞争优势，而且不能充分发挥公司的实力。

由于贸易不仅仅是指做生意，而且还在于沟通，这也导致了深层次的变革。在本书的第一部分。我们强调两个领域的变革：

- 策略性的商业沟通（第一章）
- 文件的管理（第二章）

变革发生在集团内部和集团外部正在进行沟通的事物之间。为什么需要沟通？谁正在沟通？在过去，在集团或部门内

部要求控制信息，信息也不能实现共享。这样的做法被普遍认为是正确的、符合公司的利益的。但现在，很多公司则需要消除这种沟通障碍。

经理需要组建部门，共享信息，并授权他人以完成项目。公司、供应商、消费者之间存在着供应链。供应链的观念已经被广泛接受和运用，并成为资源管理中不可分割的一部分。

严格控制信息的经理是团队工作的障碍，也影响公司整体目标的实施。如果一个经理拒绝接受集团内部和外部信息，他可能无法有助于公司的发展和提高。

为了保持竞争力，为了迅速准确地做出决定，需要提高商业领域内的沟通。为了提高沟通技巧，需要强调3个方面：公司整体的方面（政策和支持）、团体和部门的执行情况、个人的技巧。我们的目标是帮助你提高竞争优势。