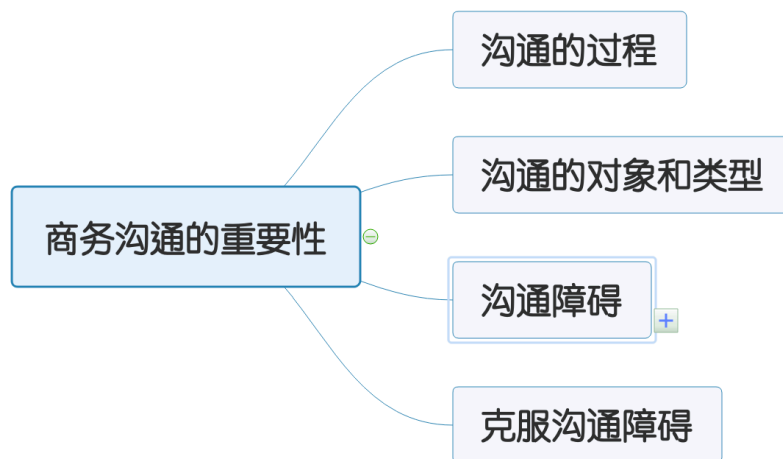


# 官方笔记

第一章 略 不作为考点

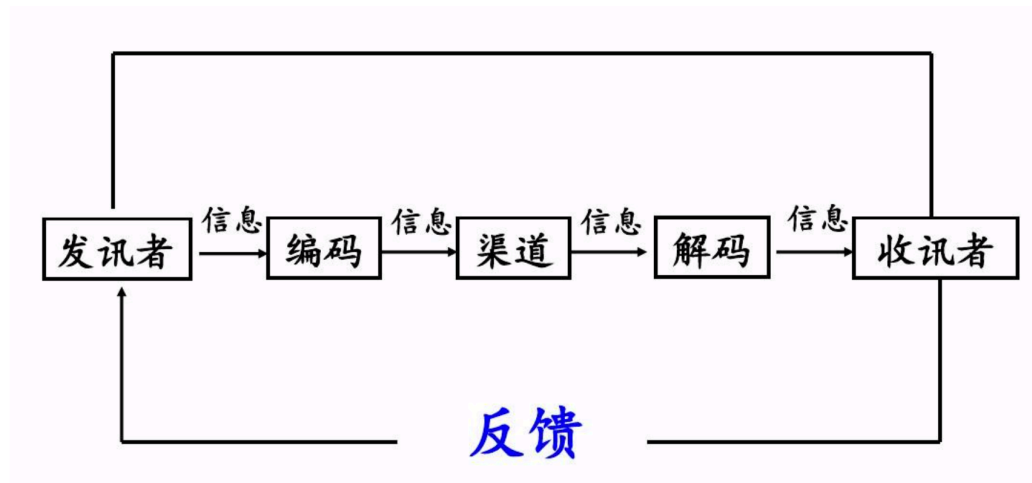
## 第二章

### 一、本章/教材结构图

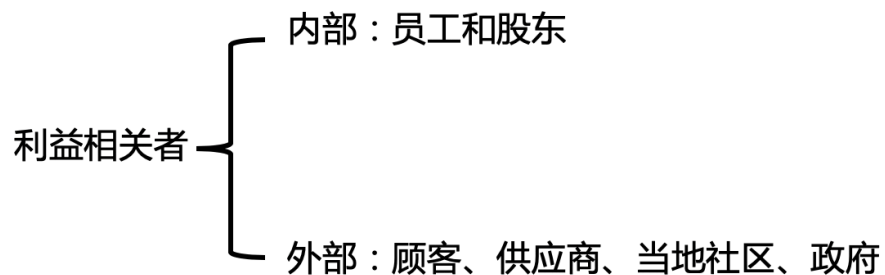


### 二、本章知识点及考频总结

1.商务沟通的过程：



## 2.商务沟通的对象



## 3.沟通障碍的原因

物理因素（外因）：干扰、不良的设备、员工短缺

公司系统：组织架构不清晰、缺乏培训、监管不足、角色不明

员工：语言障碍、行业术语、误解、故意扭曲

## 4.如何克服沟通障碍

考虑接收者的需要和理解能力；

确保表达清晰；

避免使用行业术语；

使用不只一个沟通系统

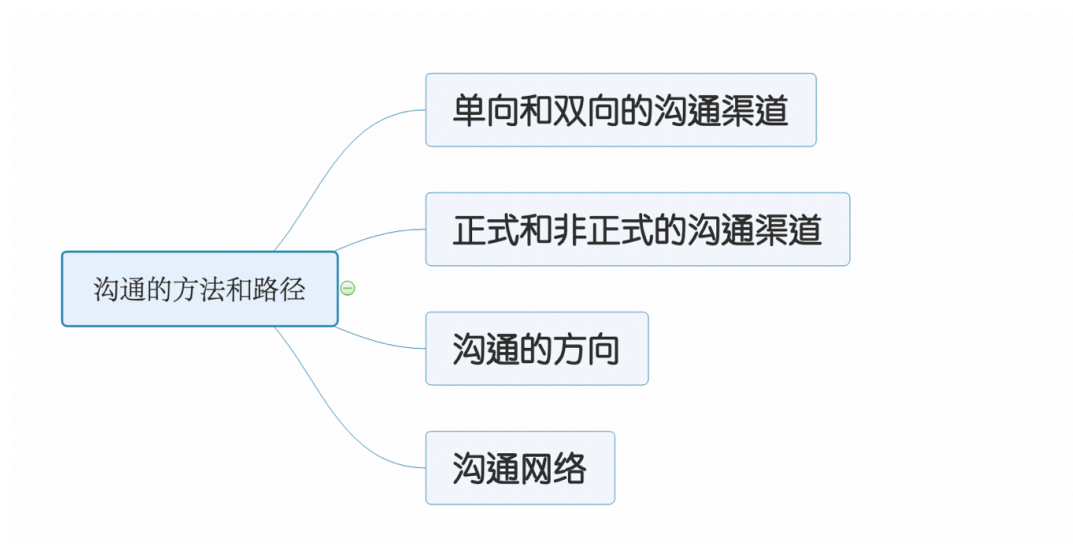
鼓励对话

缩短沟通链；

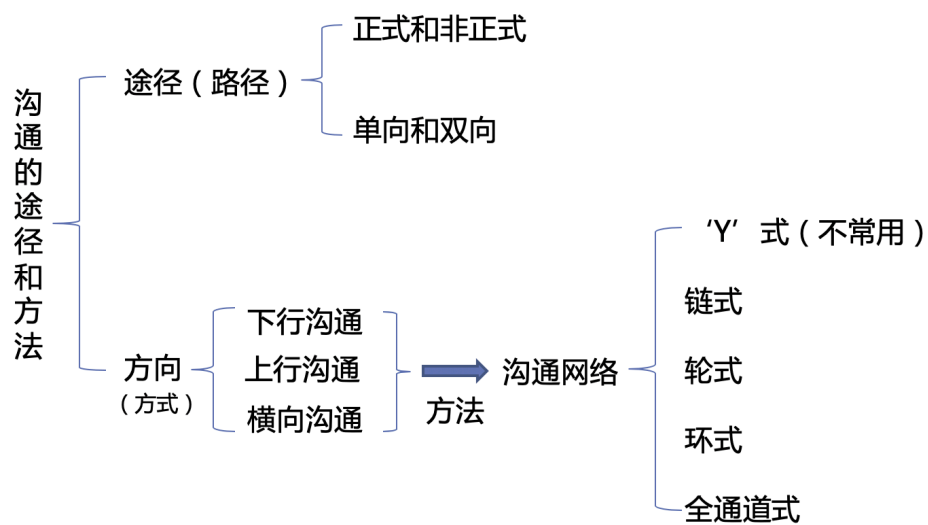
确保反馈；

### 第三章

#### 一、本章/教材结构图



#### 二、本章知识点及考频总结



1.

## 单向和双向的沟通渠道

	优点	缺点
单项沟通	速度快，信息发送者的压力小	接收者没有反馈意见的机会，不能产生平等和参与感，不利于增加接收者的自信心和责任心，不利于建立双方的感情
双向沟通	沟通信息准确性较高，接受者有反馈意见的机会，产生平等感和参与感，增加自信心和责任心，有助于建立双方的感情	与问题无关的噪音容易进入沟通，沟通时间耗时较长

2.

# 正式和非正式的沟通渠道

	优点	缺点
正式	沟通效果好，比较严肃，约束力强，利于保密，权威	层层传递，较刻板，速度慢
非正式	形式不拘束，直接明了，速度快	信息不确切，易于失真、曲解，容易有小集团，小圈子

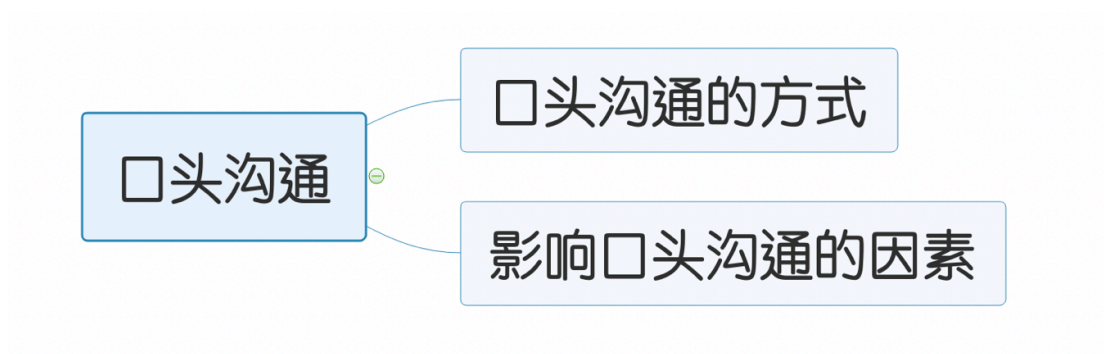
3.

## 沟通方向

	形式	优点	缺点
下行沟通	简报小组 员工会议 公告、通知	了解组织目标 明确指令	命令链太长，沟通速度变慢 命令链中有人不在，系统将停止运转 沟通没有反馈 命令链中产生问题，没有检查系统
上行沟通	联合咨询委员会 建议体制 工会渠道 申诉程序 纪律程序	了解员工需求 提高工作满意度	沟通渠道不顺畅 上级对下级意见不重视 下级缺乏主动反映意见的意愿
横向沟通	部门会议 协调会议 组织面谈	减少部门间工作矛盾 提高组织凝聚力	信息量过多造成多头管理混乱 个体差异性影响沟通的顺畅 滋生小道消息

# 第四章

## 一、本章/教材结构图



## 二、本章知识点及考频总结

### 1 . 口头沟通的方式：

(1)面对面交流

(2)电话交流:

1 总是迅速地接听电话

2 礼貌地问候对方并给出公司的名称。

3 礼貌地询问对方需要怎样的帮助。

4 表述清晰。

5 快速处理来电或者把它们转给能够提供合适答复的某个人。

6 确保手头有笔，以备必要时记录下谈话细节。

打电话要做到有效需具备：

1 在打电话前确保你知道自己想说什么。

2 准备好所有需要的信息。

3 知道你想与谁说话。

4 说话简明扼要。

5 如果要找的人不在，留言须清晰。

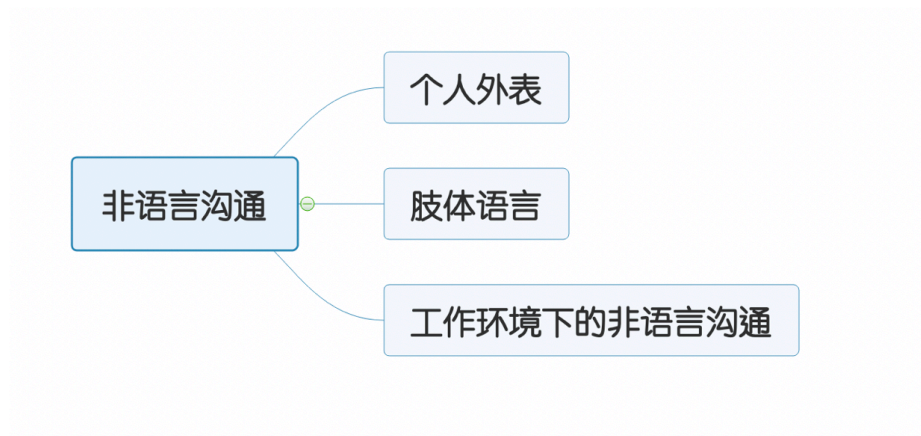
(3)非正式会面:

(4)面谈和其他正式会议 (5)半正式会议:主管或经理会定期与其管理团队见面，讨论任何被提及的问题。如果这些会议定期举行，那就需要进行双向沟通。

2.影响口头沟通的因素: (1)说话的语气。(2)语言。(3)倾听技巧。(4)提问方式。(5) 有效阐述观点。(6)辅助语言。(7)元信息沟通。(8)暂缓判断。

## 第五章

### 一、本章/教材结构图



### 二、本章知识点及考频总结

#### 1. 积极的肢体语言。

(1) 恰当的目光接触。(2) 微笑。(3) 放松的姿势。表明听众对你所说的话 感到满意，并且很愿意听你叙说。

(4) 身体略向前倾。这一般表示他们非常认同你的观点，而且赞成你的建议。



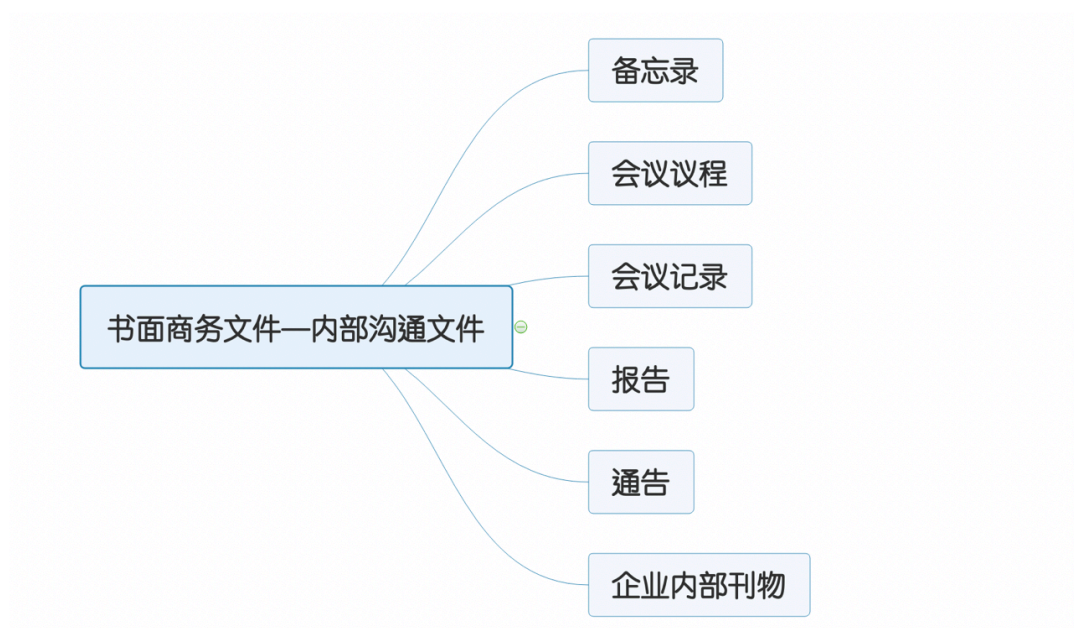
2．消极的肢体语言。

（1）缺乏目光接触。（2）缺少微笑。（3）弯腰驼背。

（4）双臂交叉。（5）紧张的外表。（6）将身体避开讲话人。

## 第六章

### 一、本章/教材结构图



### 二、本章知识点及考频总结

## 1.备忘录

公司名称  
备忘录

发件人：

收件人：

主题：

正文：

日期：

## 2.会议议程的内容

**Ting**通讯公司  
市场营销委员会会议

将于2008年3月18日在委员会会议室举行

### 会议议程

- 1.缺席致歉
- 2.对上次会议记录的确认
- 3.由上次会议记录提出的问题
- 4.市场营销经理的报告
- 5.销售主管的报告
- 6.关于新产品的报告和市场营销战略的讨论
- 7.其他事项
- 8.下次会议的日期及时间

## 3.会议记录要素：

公司名称、会议名称、参加会议特定人群、会议举行时间、地点

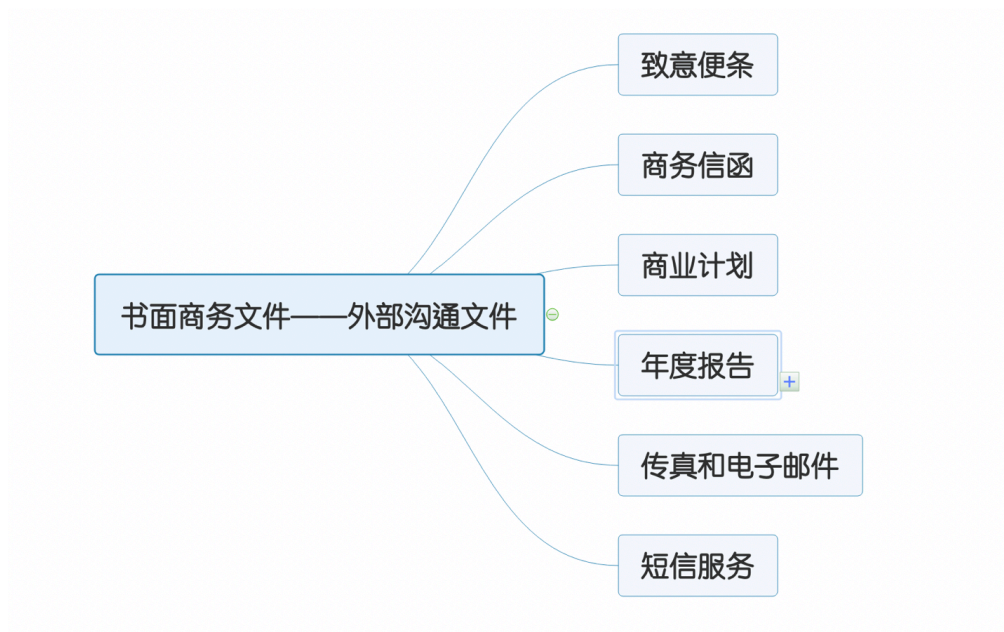
4..企业内部刊物:是传播企业信息的一种方式。

## 5，通告

通告

## 第七章

### 一、本章/教材结构图



## 二、本章知识点及考频总结

### 1.

致意便条

谨向您致意  
礼节性的短信  
  
一条短信息  
  
经办人自己的名字

2. 商务信函的标准好的商务信函必须符合一定标准：

(1) 语言简洁，使用简单和短的句子及段落。

(2) 信函对读者应该是具体和特定的。它所提供的信息

的数量及质量应满足读者的要求。

( 3 ) 信函必须是准确和完整的。

( 4 ) 信函语术的表达应该是礼貌而得体的，以便留下组织的良好形象并且避免冒犯到读者。

( 5 ) 信函应当及时处理，因为人们都不喜欢等待回复而可能会去别处做生意。

( 6 ) 使用印有公司抬头的信纸

3.

商业计划

公司	
商业计划	
经营目标	
销售与市场营销	
生产	
资源需求	
资金方面的数据	

4.

年度报告

注明与既定会计原则不符之处，并说明原因

雇员平均人数、其工资和薪金总数以及社会保障和养老费用

董事长实际薪酬

董事们的薪酬总额

解除董事职务而支付的补偿金

像董事发放的贷款

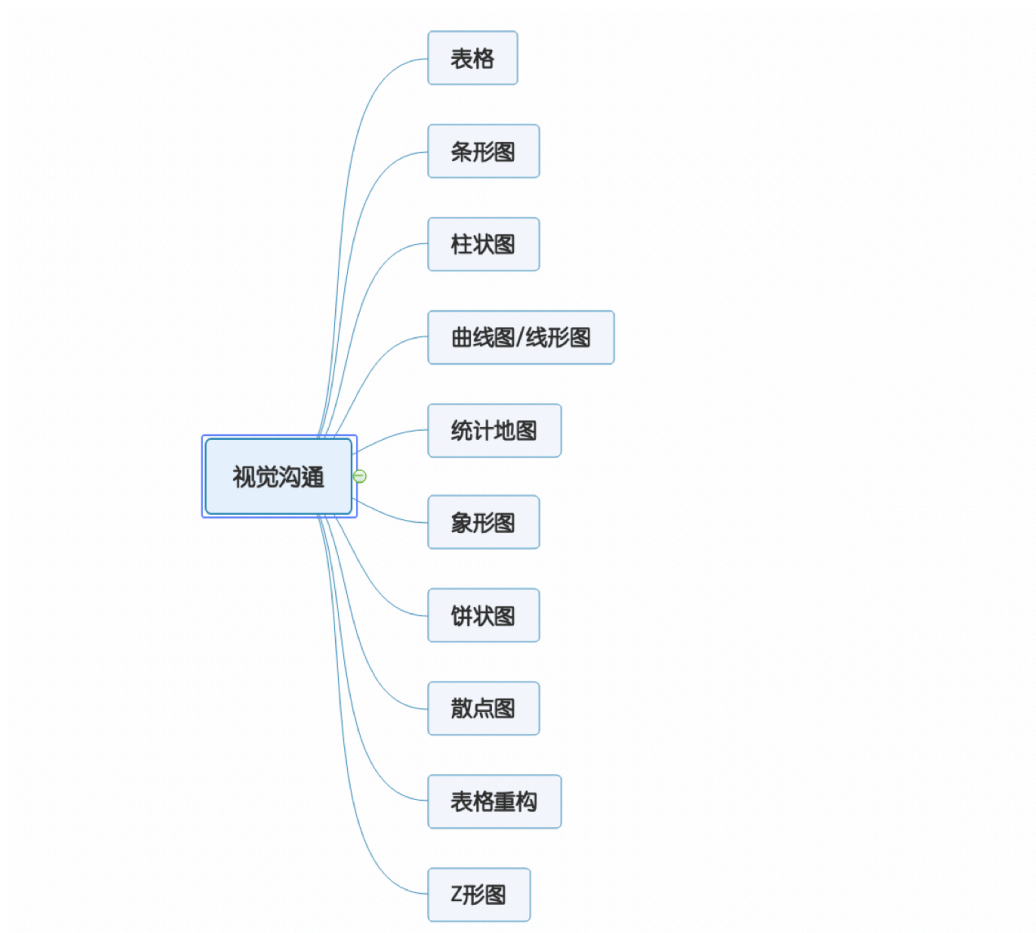
董事在公司的交易中获得的物质利益

董事在公司股权和债券方面的利益

审计师开展审计工作及其他服务而支付的酬金（资产负债表/利润表）

## 第八章

### 一、本章/教材结构图



## 二、本章知识点及考频总结

### 1.表格:

表格是一种把信息集合在一起并在各分类区域内进行展示的视图手段。

2.条形图: 条形图用于说明在特定数据组中所有类别的情况。在条形图中可以很明显地看出数据的上涨和减少，比在表格中更直观。但是，不能准确的读出条形图所示数值，这就丧失了数字的精确性。不过，作为展示趋势的一种方法，条形图能提供很好的直观解释。

3.柱状图: 是借助条形图描述各变量数据的另一种方式。与条形图不同，在条形图中条形的宽度是相等的，而柱状图中横坐标上的各个柱体宽度则不同。柱状图是条形图的一种特殊形式，当 X 轴不做均等划分时，就使用柱状图。

3. 曲线图/线条图: 一般画在一张给定标尺的坐标纸上, 目的是为了表示两个变量之间的关系, 即特定变量的值随另一个变量的值变化的规律。

4. 统计地图: 统计地图是生动展示有关特性的地理分布的一种方法。

5 象形图: 象形图就是一幅图片或一系列图片, 通常是卡通类型的图片, 能以一种简单的方式成功地传达信息。象形图有时还包含幽默元素, 与那些看起来枯燥、冰冷并且难于理解的正式的统计表格相比, 能够令大多数人更乐于接受。象形图是指使

6. 饼状图: 饼状图的目的, 就是画一个圆圈并将其分为几个部分, 用以说明各部分数字所占的比例。图中需要使用与不同部分的数据相适应的图例, 以便识别。

7. 散点图: 使用一种叫做散点图的图示方式, 能够显示出两组数据间的相关对比关系和变化。8. Z 形图:

Z 形图有时也被称作移动平均, 它试图去展示一个单变量与其



他数据之间的关系。它能在同一幅图中展示三类信息，它的 y 轴使用了两个不同标尺。Z 形图实际上是三个图形的结合体，就像字母“Z”，因此被称为 Z 形图。

### 三、配套练习题

如果能在同一幅图中展示三类信息，那将对我们理解问题产生很大帮助，这时我们应采用（ ）

A:条形图

B:Z 形图

C:表格

D:象形图

下列关于表格的说法，正确的是（ ）

A:是一种很少使用的视图表达形式

B:是一种很常用的文字表达形式

C:用于说明涉及大量数据的情形

D:用于说明涉及少量数据的情形

统计地图一般用来表示（ ）

A:人口分布密度

B:数据变化趋势

C:产业增长

D:公司雇员数量

在处理数字问题时，很多人不愿意扎在成堆的数据中，因为他们觉得自己看不懂。（ ）可以很好的解决这个问题。

A:象形图

B:折线图

C:条形图

D:Z 形图

柱状图与条形图的区别在于（ ）

A:X 轴是否作均等划分

B:Y 轴是否作均等划分

C:Z 轴是否作均等划分

D:柱状图是用来描述数据占比的

当没有必要使用信件时，（ ）经常会派上用场。

A:致意便条

B:会议报告

C:商务信函

D:商业计划

商业计划的五个关键部分中不包括（ ）

A:经营目标

B:销售与市场营销

C:生产

D:采购

利用电话提供书面交流的方式是（ ）

A:短信服务 ( SMS )

B:商务信函

C:备忘录

D:致意便条

商务信函的用途不包括 ( )

A:安排会议

B:确认已安排会议的日期及时间

C:申请工作

D:同事间的日常沟通

以下哪个选项最全面地描述了商务信函的用途 ( )

A:发送商务信函以提供或寻求信息

B:发送商务信函以确认某件事情已经完成

C:发送商务信函以维持或促进与顾客及供应商的良好关系

D:上述全部

**BCAAA**

**ADADD**