# 商务礼仪结课论文例文3篇

来源：网络 作者：风起云涌 更新时间：2024-06-09

*在商务活动中，为了体现相互尊重，需要通过一些行为准则去约束人们在商务活动中的方方面面，其中包括仪表礼仪、言谈举止、书信来往、电话沟通等技巧，从商务活动的场合又可以分为办公礼仪、宴会礼仪、迎宾礼仪等。今天为大家精心准备了商务礼仪结课论文例文3...*

在商务活动中，为了体现相互尊重，需要通过一些行为准则去约束人们在商务活动中的方方面面，其中包括仪表礼仪、言谈举止、书信来往、电话沟通等技巧，从商务活动的场合又可以分为办公礼仪、宴会礼仪、迎宾礼仪等。今天为大家精心准备了商务礼仪结课论文例文3篇，希望对大家有所帮助![\_TAG\_h2]　　商务礼仪结课论文例文1篇

　　摘要：礼仪是人际交往中的自律过程，以习惯的方式表达，涉及穿衣，交流，沟通，情商等。各国间交流日益频繁，跨国界，跨民族，跨文化的经济社会交往日益增多，为中西方各种交流提供了机会。商务礼仪作为相互尊重的代码在商业活动中得以体现。其核心作用是为了体现人与人之间的相互尊重。本文重点介绍了礼仪在商业互动中的重要作用，并阐明了礼仪在国际关系中的重要性。

　　 关键词：礼仪；国际关系；商务礼仪

　　 在全球化的推动下，各国之间的商务往来变得更加频繁，交流的内容不断丰富，参与交流的人数也在增加。在这种背景下，我们必须了解商务礼仪在不同文化背景下的商业活动中的差异和应用，并具有相当的跨文化交际能力。在现代商业活动中，商务礼仪已成为必不可少的交流工具。因此，对于现代企业来说，学习商务礼仪和普及商务礼仪已成为提升核心竞争力的重要手段。

**一、礼仪的重要性**

　　 作为人们社会生活和交往行为的一种规范，“礼”在社会历史发展过程中变得越来越丰富多样。随着国家的出现，基于社会发展和经济生产的上层建筑--礼仪也发展到新阶段。从个人的友谊礼仪到国家统治和外交手段。在当今世界，国际交流更为频繁，了解国际礼仪尤为重要。除了良好的举止外，良好的礼仪还包括对日益多样化的文化和习俗的认识和接纳。许多国家都倡导国际国内礼仪和创意有机融合，建立自己新的礼仪文化体系。国际礼仪在国与国之间的交流中得到发展和完善，符合各国的风俗习惯，有助于减少中西文化冲突。

**二、商务礼仪的内涵**

　　 礼仪是人类交流的表现之一。“不学礼，无以立”。荀子也说过：“不学礼仪礼貌难有立身之处，人不守礼就没法生存，做事无礼就不能成功，国家无礼就不能安宁“。礼仪是一种特殊的社会规范，人们在交流过程中遵守。商务人员在从事商务活动时应遵循的礼仪规范就是商务礼仪，主要体现在平等适度，遵守时间，相互信任，尊重隐私和习惯。商务礼仪最主要的作用是反映人和人之间的彼此尊重。简而言之，商务礼仪即对人们在商务活动中的穿着和讲话的一般要求。

**三、有关商务拜访礼仪的具体分析**

　　 （一）提前做好准备工作

　　 商务礼仪是在商务场合对一般礼仪进行使用。比起一般的礼仪，商务礼仪更具约束力和规范性。商务交往中的涉外礼仪又多了交际规则与国际惯例，因此交际者要注意内外有别、外外有别，提前做好准备。首先必须明确拜访目的，向受访者进行说明。其次，根据拜访目的准备好相关资料。最后，拜访者自身要进行相关准备，如提前准备交谈的主要内容。

　　 （二）着装要规范，举止要得体

　　 穿着应符合礼仪，突出自身特点，表现出良好的精神面貌；一般来说，服装可以直接反映一个人的修养、气质和情感，因此选择反映职业特征的服装。其次，着装要庄重，规范，注重细节，互相尊重和认真对待。另外，举止要得体。站立，坐着和走路必须符合规则，态度自然，充满精神，因为任何粗鲁或不守规矩的言行都将被视为不够体面。

　　 （三）要守约遵时

　　 商务拜访时，绝对不可以迟到，一般提前五分钟出现在约好的地点较合适。如因某种意外导致不能按时到达，应立即致电对方说明原因，态度诚恳地请对方原谅，告诉对方晚点到达的时间，并征询对方是否仍有时间会面。要避免无故失约、超时。对他人的承诺不能忘记，必须讲信誉，最好按时。

　　 （四）要讲究谈话技巧

　　 商业谈话者的语言应该是灵活的。谈判者必须热情真诚，彬彬有礼，这是保持双方良好关系的纽带。文明和礼貌的语言应该始终在嘴边，语气应该柔和温和，语言应该是委婉的，伴随着衷心的微笑。它体现了真正的热情，缩短了双方的心理距离，使对方感到温暖和鼓舞，促进谈判的成功。在谈判期间表达的方式需因人而异，具体变通。尊重彼此的习俗和礼仪，以缩小互动过程中发生的文化差距，减少彼此之间的冲突。作为一个商务人士，如果你善于运用技能，强调关键点，并进行直接和实际的对话，以帮助彼此了解产品，无疑将达成双方之间的合作。

　　 （五）要注意谈话时间

　　 妥善安排谈判的内容和步骤，以便在最短的时间内以最有效的方式进行谈判。洽谈者要据实际情况判断，洽谈是否需要继续进行。在访问结束时，如果谈话时间太长，当你离开时，你必须向另一方表明歉意。如果对方送你到门口，你需要主动向另一方挥手，告诉对方留步，走几步然后再回头说再见。

**四、商务拜访中礼仪的重要作用**

　　 （一）加深理解，增进友谊

　　 在商务谈判中，彼此可能并不了解，而个人形象往往代表企业形象。在商业活动中，一方通常通过另一方的着装，交谈行为来判断另一方，并判断其所代表公司的可信度，从而影响与他们的交互程度。因此，在商务活动中，谈判人员适当的礼仪，渊博的知识，都会给对方留下深刻印象，以减少谈判阻力，促进交易成功。还要正确考虑谈判过程中出现的冲突，找到双方都可以接受的解决方案。即使交易不成功，只要待人诚恳，礼遇周到，双方也会建立友谊，以便在未来找到合作机会。商务谈判是在人与人之间进行的，此过程也是人际交往的过程。因此，人际关系往往在谈判中起微妙作用。真诚地相互尊重和理解，谈判就可以达到预期的效果。因此，高度重视礼仪应贯穿谈判过程的始终。

　　 （二）提高业务效率，营造良好的企业形象

　　 在商务沟通活动中，商务人士可以通过适当的礼仪有意识地引导交际对象，使他们的行为符合对方的期望，缩短人际吸引时间，提高沟通效率。商业社区竞争激烈，追求高效率，适当的商务礼仪对提高商业效率有显著影响。另外，商务人士应时刻关注礼仪，这是个人和组织素质的体现，也是建立并巩固良好形象的需要。每个商务人士的言辞举止，礼貌礼仪等都决定了企业形象的塑造。

　　 （三）减少文化差异造成的概念冲突，建立良好的人际交往

　　 在商业活动中，不同的民族有不同的价值取向；在商业文化中，不同的国家有不同的习俗和仪式传统。了解彼此的文化在商业交流活动中的作用尤为重要。世界各国的商务礼仪文化是国家的，更是国际的。中国和西方国家之间存在着巨大的文化差异，导致了中西方商务访问的巨大差异。随着中国经济快速发展，中国国际商业活动日益频繁。对于那些从事国际商务交流的人，要了解不同文化间的差异，减少或消除因文化差异造成的误解，摩擦和冲突，有效开展国际商务活动，改善沟通，具有重要的现实意义。中西文化中不同的價值观，时间观念，语言习惯和非语言习惯要求商务人员更多地关注商业交流中这些方面的差异。避免触犯对方的禁忌，从而形成良好的沟通环境，以便更好地建立友谊，相互沟通。达成共识以帮助成功建立商业合作。

　　 简而言之，礼仪作为一种道德范畴，在商业活动中起着重要作用。特别是在市场经济中，道德约束比法律约束更为直接。在商业活动中，商业语言，服装，礼品，习俗，宴会等被广泛使用，商务礼仪贯穿整个业务流程。了解和熟悉商务礼仪，有助于我们开展中外交流，经贸合作，友好交往，对国际市场的发展有很大的帮助。今天，随着国际社会的迅速发展，商业活动正变得越来越国际化，商务礼仪不再局限于中国。我们要了解国内的商务谈判礼仪，更要了解国际礼仪，了解不同国家的习俗和习惯。

　　 参考文献：

　　 [1]郭华.浅谈商务礼仪在商务活动中的作用[J].黑龙江科技信息，2024（26）：213.

　　 [2]黄亚兰.礼仪在商务拜访中的重要作用和技巧探析[J].中国商贸，2024（02）：240-241.

　　 [3]黄燕宁.当代礼仪研究——商务交往中的涉外礼仪研究[J].商业文化（上半月），2024（10）：209-210.

　　 [4]翟子玉.国际商务礼仪要点[J].理财，2024（04）：84.

　　 [5]孙金玲.论现代商务洽谈礼仪[J].商场现代化，2024（25）：53.

　　 [6]王文丽.商务礼仪在国际商务活动中的应用分析[J].中国商贸，2024（29）：195-196.

　　 [7]张东铭.拜访礼仪[J].光彩，2024（12）：66.

　　 [8]张昳.礼仪在商务活动中的重要作用[J].广西商专学报，1996（03）：16-19.

**商务礼仪结课论文例文2篇**

　　【摘要】营销人员是企业的形象代表之一，市场营销人员与消费者有直接交流联系，他们的礼仪举止也代表了公司形象。市场营销人员应注重商务礼仪，包括穿衣着装、言行举止等。市场营销人员的形象影响着公司业务签订，个人能力强、口才头脑清晰、商务礼仪规范的营销人员会更容易受到客户的认可。商务礼仪在商务活动中有着极其重要的作用，本篇讲述了商务礼仪概念以及在市场营销的重要性。

　　 【关键词】市场营销 商务礼仪 作用

　　 引言：人与人之间的交往交流，要把握着适量的度。“度”就是指充分尊重对方、不超过对方底线，所以学习商务礼仪就是约束自身不良的行为举止。礼仪是一种礼貌的行为举止，是对自身的一些要求。商务礼仪是上班工作人员的礼仪，双方商务会谈都比较重视第一印象，这也影响着公司业务的签订。

**一、简述商务礼仪概念**

　　 近几年，中国市场经济的高速发展，各公司商务活動也越加频繁，企业更加注重商务礼仪的培训。礼仪是人与人交流的礼貌行为要求，约束着不良举止，互相尊重对方的表现。商务礼仪是适应市场需求而产，营销人员学习商务礼仪能帮助公司签订业务、提高公司营业额度等。市场营销人员的必修内容就是商务礼仪，培养自身素质、提高个人气度、规范行为举止等。商务礼仪包括仪表、言谈、举止礼仪等。

　　 1.仪表礼仪

　　 仪表是个人外在形象，主要包括妆容、服装。化妆要适合个人形象、场合，不在公共场合化妆、不借用化妆品、男士不过分化妆等。服装要适宜公司形象、符合活动要求等。

　　 2.言谈举止

　　 言谈举止指合理使用礼貌用语，规范行为举止。如初次交流见面应说“您好，幸会”。对方讲话叙述时，应注视对方、不打断对方。仪表礼仪给予双方初印象，言谈举止礼仪是细节交流加分项。市场营销人员应注重商务礼仪，时刻严格要求自己，细节影响着成功与否。

**二、商务礼仪在市场营销中的重要性**

　　 1.提高个人素养

　　 个人素养表现在方方面面，小到不乱丢垃圾，大到爱国行为。商务礼仪影响着业务签订，市场营销人员的个人形象、素质也代表着公司形象。营销人员学好商务礼仪，能提高自身素质、个人修养。营销人员个人素养高，会给予对方深刻印象，促进双方交流合作。如公共场所不大声喧哗、不乱丢垃圾等，这些都是个人素养的体现。商务礼仪规范着很多行为，如商务坐姿：女士开关式坐姿、左侧点式坐姿等;男士前身式坐姿、后点式坐姿等。商务规范性行为，能够帮助营销人员获得更高印象分。尊重对方风俗、习惯，也是商务礼仪之一。不同民族人员的风俗习惯不同，双方会谈前应做好充分准备，尊重对方风俗礼仪，避免出现尴尬局面。比如，某些少数民族或各地区域人民在饮食上会有所不同。广东人不能吃辣，所以饭菜应避免过辣。饮食上给予对方充分的尊重，这也是个人素养的体现。

　　 2.有助于建立良好的人际沟通

　　 商务礼仪有助于建立良好的人际沟通能力。营销人员学习商务礼仪能给予对方充分的尊重，有利于双方留下一个好印象，便于下次继续合作。商务礼仪也影响着营销人员的人际交流能力。营销人员的人脉，决定着个人业务、企业营销额。营销人员的人脉范围，在于个人的人际沟通能力。商务礼仪规范举止、言行等，能够让对方受到尊重，人际交流过程中会有舒适感、愉悦感，利于以后良好关系的建立。商务礼仪就是通过交际经验所得，其礼仪行为受到大众的许可认同。所以，商务礼仪能锻炼个人的人际沟通能力，有助于建立良好的关系。

　　 3.维护个人和企业形象

　　 个人讲究重视礼仪，自觉树立个人良好形象;组织员工讲究重视礼仪，维护建立公司良好形象。商务礼仪能够维护个人和企业形象，基本作用就是规范行为、不破坏人际关系等。若是遇到未知情况，应保持冷静、察言观色，学习模仿他人行为。如，西餐宴会礼仪的要点。宴会主人就座主席，他人才能就座。宴会主人开始用餐，代表着其他人才可以开始用餐。宴会主人举杯示意，其他人应举杯回应。宴会主人将餐巾放下，表示此次用餐结束。市场营销人员对于公司来说，代表着公司的形象。公司人员形象好，影响着他人对公司的印象。具备良好形象的企业或公司，会受到他人的信任与支持。学好商务礼仪，规范营销人员行为，树立企业良好形象。

　　 结语：礼仪是个人素养的体现，代表着个人和公司的外在形象。营销人员是企业或公司的形象代表，商务礼仪能帮助营销人员规范行为，促进企业良好形象的建立。不管是仪表、举止、谈吐，商务礼仪都有较为科学的行为准则，帮助营销人员建立良好的人际关系，对市场营销有着极其重要的作用。

　　 参考文献

　　 [1]詹夏薇.浅析商务礼仪在市场营销中的重要性[J].留学生，2024（09）.

　　 [2]赵杰.礼仪在商务谈判中的作用[J].黑龙江科学，2024（09）.

　　 [3]张淑英.商务礼仪对现代企业文化品牌营销的重要作用[J].中国商贸，2024（15）.

**商务礼仪结课论文例文3篇**

　　[摘 要]随着社会的进步与发展，文明程度得到大幅度提升，人们之间的交流与沟通更加密切。在人际交往中掌握良好的沟通方法与技巧显得尤为重要。在汽车营销过程之中，为了保证营销活动的顺利进行，要求营销人员应当掌握必要的商务礼仪。文章分析了商务礼仪在汽车营销中的重要性以及存在的问题，提出了提高汽车营销人员的商务礼仪水平的措施，希望为有关专业人士提供一定的参考与借鉴。

　　 [关键词]汽车营销;商务礼仪;汽车营销人员

　　 [DOI]10.13939/j.cnki.zgsc.2024.12.134

　　 近些年来我国社会经济快速发展，人们的生活水平不断地提高，汽车已经成为人们出行的重要交通工具，进一步推进了汽车行业的发展。而汽车营销中良好的商务礼仪发挥着重要作用，对于提高消费者的购车体验意义重大，从而为汽车营销的成功奠定坚实基础。以下主要围绕着在汽车营销中商务礼仪的重要性展开简单分析与探讨。

　　 1 在汽车营销中商务礼仪的重要性

　　 1.1 有利于提升营销人员个人形象

　　 在汽车营销过程之中人处于核心位置，营销人员的穿着、言语、行为以及态度等对汽车营销有着重要的影响，得体的穿着、恰当的言语、规范的行为以及良好的态度会给顾客留下良好的印象，为接下来的企业营销做好铺垫;相反，营销人员的个人形象与服务态度不佳，会给顧客留下不良的印象，使顾客极有可能去别家购买，这必然会给汽车营销带来极其不利的影响。

　　 由此可以看出，营销人员的形象关系着营销活动能否顺利进行，而掌握商务礼仪是提高营销人员个人形象的重要手段。因此，作为一名汽车营销人员，在汽车营销过程之中要使用良好的商务礼仪，给顾客留下良好的印象，增加顾客对营销人员的信任感。除此之外，在汽车营销中营销人员坚持使用商务礼仪，其个人的素质与修养等都会有较大幅度提高。

　　 1.2 有利于提升营销团队整体形象

　　 俗话说，细节决定成败，对于汽车营销而言同样如此，在汽车营销过程之中任何微小的问题都会影响营销团队的整体形象，也就是说，每个营销人员所代表的是整个营销团队，在与顾客对接过程之中要规范自身的言行举止，否则，任何不当的言语与行为都会给整个营销团队形象带来不利的影响，降低顾客对营销团队的信任。作为一名营销人员在营销过程之中，尤其是在接待顾客环节、产品讲解环节以及试驾演示环节中要恰当使用商务礼仪，避免由于个人问题而影响营销团队整体形象。同时，在平时生活中作为营销人员要提高对商务礼仪的重视，从生活细节入手加强对自身的商务礼仪意识与能力的培养。

　　 1.3 有利于增加营销的成功性

　　 在营销活动中采用商务礼仪可以给顾客带来极为强烈的视觉冲击感，因此，作为营销人员在与顾客交流过程之中，要注重使用良好的商务礼仪，这样不仅可以营造出良好的交流氛围，而且可以使顾客更好地接收信息，从而激发出顾客的购买欲望，推进营销活动的进行。

　　 信息时代背景下，信息非常的繁杂，加大了顾客辨别信息真假的难度，所以顾客通常会根据营销人员所提出的意见来购买车辆，这就要求营销人员在向顾客介绍产品时要采用良好的商务礼仪，在顾客心目中塑造出良好的形象，增加顾客对营销人员的信任，使顾客更加愿意接受营销人员所提供的真实可靠的信息。所以，在汽车营销中营销人员务必要谨记商务礼仪的重要性，并按照商务礼仪的要求规范自身的言行举止，从而为汽车营销获得成功打下坚实基础。

　　 2 在汽车营销中商务礼仪的现状

　　 2.1 汽车营销人员缺乏商务礼仪学习兴趣

　　 随着时代的进步与发展，各种新思想与新事物层出不穷，当代年轻人对传统文化缺乏足够的重视，更没有学习传统文化的意愿，导致我国许多的传统优秀文化正在不断地被人们所遗忘，而商务礼仪中许多的内容都是出自传统礼仪文化，绝大部分的年轻营销人员缺乏对传统礼仪文化学习的兴趣，仅仅是为了应付上级任务被动的学习，对于礼仪文化的学习也是浅尝辄止。除此之外，很多营销人员未能够从思想上认识到商务礼仪对汽车营销的重要作用，在与顾客交流与沟通中依旧采用惯用的方式，而严重忽视对商务礼仪的学习。

　　 2.2 汽车营销人员无法长久坚持商务礼仪

　　 商务礼仪的学习并不是一朝一夕的事情，这需要经年累月的坚持与实践。然而，目前许多营销人员为了应付负责人的要求，被动地采用机械式记忆方式学习商务礼仪，且所学习的以理论知识为主，这样虽然营销人员可以掌握商务礼仪方面的理论知识，但是难以把握商务礼仪的精髓，营销人员的个人素养与商务礼仪水平并未得到提高，在实践中也就难以发挥出商务礼仪的重要价值。

　　 2.3 营销团队商务礼仪水平高低不同

　　 在汽车营销中营销团队发挥着重要的作用，因此，仅仅依靠个人的力量是难以保证汽车营销活动顺利进行的。每个营销由于文化水平、性格特点以及社会阅历等方面的不同，对于商务礼仪的理解也是千差万别，正因为如此，在合作中营销人员往往缺乏足够的默契，而之所以营销人员之间难以默契配合，主要原因是营销人员的商务礼仪水平有高有低。

　　 3 提高汽车营销人员商务礼仪水平的措施

　　 3.1 强化对汽车营销人员培训

　　 为了提高营销人员的商务礼仪水平，可以采取方式加强对营销人员的培训，结合每个营销人员存在的问题开展专项培训活动，具体而言，可以从以下三个方面入手。

　　 第一，有的营销人员对于学习商务礼仪缺乏兴趣，针对这部分人，重点是增加培训内容与方式的趣味性，改变以往照本宣科的培训方式，贴近营销人员的生活采用情境教学方式，将商务礼仪知识融入至日常生活中，从而增加商务礼仪培训对营销人员的吸引力。

　　 第二，有的营销人员难以坚持长时间的培训，针对这部分人，要注重改变培训内容与培训方式，不断地改进商务礼仪培训方式。

　　 第三，有的营销人员的性格较为内向，针对这部分营销人员，在培训过程之中应当将学习进度放慢，并加强对营销人员的引导，给予这类营销人员更多的鼓励，增强其自信心，使其可以更加自信地面对学习与生活。

　　 3.2 实行合理化的分组

　　 上文提到，每个营销人员的商务礼仪水平高低不同，在合作中难以默契的配合。因此，营销团队的领导者的重要任务是实行对团队的分工，充分地发挥出每个营销人员的优势，在汽车营销中实现各个营销人员的优势互补。除此之外，作为营销团队的领导者应当重视加强对营销人员的团队意识与能力的培养，从而打造出一支综合素质高的营销队伍。为了实现对营销人员团结协作能力的培训，具体可以从以下两个方面入手：①开展商务礼仪培训活动，向营销人员重点讲解团结协作的重要意义;②利用闲暇时间组织开展休闲活动，在活动中融入团队协作方面的内容，引导营销人员积极参加活动，使其认识到团结协作的精神。总之，增加营销团队的团结协作能力，可以使每个营销人员之间相互帮助，共同进步与提高。

　　 4 结论

　　 综上所述，在社会经济建设快速发展的背景下，汽车行业进入高速发展的时期，对于汽车营销的专业水平与综合素质提出更高的要求，尤其是要求营销人员具备良好的商务礼仪。因此，作为一名汽车营销人员在平时工作中注重提高自身的商务礼仪水平，并在实际的营销活动中使用良好的商务礼仪，从而推进汽车营销活动的顺利进行。

　　 参考文献：

　　 [1]周卉.浅谈商务礼仪在市场营销中的作用[J].安阳师范学院学报，2024（6）：29-31.

　　 [2]刘方歆.商务礼仪在汽车营销中的重要性分析[J].才智，2024（25）：230-231.

　　 [3]李钦.心理学在汽车营销中的地位与作用探析[J].现代营销（信息版），2024（6）：229-230.

　　 [4]邹胜男.商务礼仪在汽车营销中的重要性探讨[J].中国市场，2024（17）：128-129.

　　 [5]施颖，都萌.体验式营销在汽车营销中的应用[J].现代营销（经营版），2024（8）：95.

　　 [6]李金花.VR技术在汽车营销中的应用综述[J].中国集体经济，2024（22）：48-49.

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找