# 商务礼仪在企业文化建设中的作用论文集合3篇

来源：网络 作者：逝水流年 更新时间：2025-05-13

*在商务活动中，为了体现相互尊重，有必要通过一些行为准则来限制人们在商务活动的各个方面，包括仪容礼仪、言语行为、通信、电话沟通等技能。从商务活动的场合来看，可分为办公礼仪、宴会礼仪、欢迎礼仪等。 以下是为大家整理的关于商务礼仪在企业文化建设中...*

在商务活动中，为了体现相互尊重，有必要通过一些行为准则来限制人们在商务活动的各个方面，包括仪容礼仪、言语行为、通信、电话沟通等技能。从商务活动的场合来看，可分为办公礼仪、宴会礼仪、欢迎礼仪等。 以下是为大家整理的关于商务礼仪在企业文化建设中的作用论文的文章3篇 ,欢迎品鉴！

**商务礼仪在企业文化建设中的作用论文篇1**

　　 【摘要】从古至今，我国对于礼仪十分看重，在我们日常生活中，礼仪被人们看作是一种行为习惯，尤其是在商务活动中，礼仪更是不可缺少的。商务礼仪主要指的是商务活动中的行为规范，本文将针对商务礼仪在市场营销中的作用进行具体的分析和介绍，希望能够为人们带来一些帮助。

　　 【关键词】商务礼仪市场营销作用分析行为规范

　　 1商务礼仪

　　 在日常的生活中，我们经常会涉及到礼仪文化，如个人礼仪、商务礼仪、服务礼仪、社交礼仪等，其中商务礼仪是最为重要的。如今我国与其他国家的交往越来越频繁，人们在进行商务往来的时候务必要注重礼仪文化，这不仅仅是彰显个人的文化修养，也彰显了企业的形象素养，商务礼仪对于商务活动有着非常重要的影响力。如今企业的市场竞争力与日俱增，在这样的竞争环境下我们应当懂得巧用商务礼仪，以此来提升企业文化，彰显企业魅力。

　　 2市场营销的概念

　　 市场营销是一种科学、更是一门学问，人们在购买商品的时候都是以货币进行支付，随着时代的发展和社会的进步，人们对于营销有了新的理念，认为有价格、有品牌的商品价格更高。举个简单的例子，如今网络上有很多小说家，他们被人们称为网络写手，在他们还没有出名的时候，写出的文章通常会免费供读者浏览、阅读，可是当人们认可他的作品，并且有一定名气之后，要想看他们的作品需要支付相应的费用。由此可见，名气的价值要远远大于商品本身的价值，这则故事告诉我们市场营销不仅仅可以获得商品本身的价值，还可以挖掘其他的价值Ⅲ。

　　 3商务礼仪的重要和作用

　　 3.1商务礼仪提升商务人员的个人素质，塑造企业形象

　　 当人们初次见面的时候，第一印象是非常重要的，人的穿着、言谈举止都代表着自身素养，有了第一印象，就算在以后沟通交流中发生了变化，还是很难改变别人最开始对你的印象。第一印象是商务礼仪中十分注重的内容，例如当消费者走进一家商店购买服装，如果导购员衣着整齐、干净，并且面带笑容的迎接消费者，为其耐心的介绍店内服装款式、样式，必定会为消费者留有深刻印象，即使顾客没有中意的商品也会非常感谢导购员的讲解。在这样的购物环境中，顾客往往会对其产生好感，下次有同样的需求时，必定会首先想到该商店。而如果店内服务人员工作态度不好，漫不经心的接待顾客，对没有购买意向的顾客冷嘲热讽，这种服务态度必定降低了企业的整体形象，不会让人有第二次消费的欲望。上述两个鲜明的对比恰好证明了商务礼仪的重要性，商务人员要时刻注意自己的行为举止，时刻利益对待他人，这样才能够赢得他人的尊重，对于塑造良好的企业形象具有推动意义。

　　 3.2商务礼仪在市场营销的作用

　　 商务礼仪在商务活动中有着举足轻重的地位，企业经营不可缺少各种商务活动，在遇到商务人员的时候，人们会尽量避免尴尬，聊一些大家都感兴趣的话题，气氛有所缓解时，在慢慢进入谈判状态。而巧妙的使用商务礼仪，能够为商务人员营造一种和谐的活动氛围，一个手势、一个微笑、一个眼神都会传达一种信息，商务礼仪使人与人之间的沟通变得更加简单，有助于建立彼此间的信任，给彼此留下好的印象。可见商务礼仪既能够促成自己的工作，还能够增加自己的朋友圈，在商务活动中认识更多良师益友。在市场营销中，工作人员的穿着、礼仪对于企业整体有着十分重要的影响，例如车展是一种“美”的享受，因为人们不仅仅可以看到名车，还可以看到名模，而要想更好地突显出企业文化、商业价值，设计者通常会十分注重车模的打扮，为人们带来一种美的享受，从一个细节之处就可以看得出商务礼仪的微妙，如果人们仔细观察就会发现，车模所穿的袜子有很多讲究，他们从不穿尼龙丝袜、不穿白色袜子、袜子的颜色通常会与鞋子的颜色一致。这样才会为人们带来美的视觉享受，这是一种礼仪，也是一种尊重。

　　 3.3商务礼仪的运用

　　 在营销活动中，人们通常十分注重自己的仪表、言谈举止。希望能够为他人留下好的印象，据有关研究结果显示，良好的活动氛围会提高人们的工作效率，增加人们的工作积极性，所以人们在与他人交往过程中，不仅仅要注重第一印象，还要注重营造良好的活动氛围。除此之外，人们还要注重一些细节问题。例如与客户打电话的时候，要尊称对方为“您”，当双方都想表达意愿的时候，要先请对方表达，在说话的时候语速不要过快，要吐字清晰、字音标准，这样能够为他人带来一种舒适感。这些都是商务礼仪的细节，只要留心观察就会发现，商务礼仪在我们身边随处可见，人们应当充分的认识到商务礼仪的重要性，将其融入市场营销中，这对于提高营销质量具有重要意义。

　　 结束语：

　　 综上所述，本文主要论述了商务礼仪在市场营销中的作用等内容，通过分析可以发现，一个人、一个企业要想实现更好地发展目标，不仅仅要有创新性的营销理念，还应当具备较高的礼仪素养，在与他人进行沟通和交流的时候，一定要懂得互相尊重。运用商务礼仪不仅仅能够提高个人素养，还能够为塑造良好的企业形象。在为企业带来经济效益的同时，也为他人带来舒适感。由此可見商务礼仪在市场营销中具有非常大的作用和价值。

**商务礼仪在企业文化建设中的作用论文篇2**

　　摘 要：国际商务会谈不仅是商务利益之间的往来，同时也会涉及到双方的礼仪文化。观察双方的礼仪行为，或许更能影响到双方洽谈的最终结果，因此礼仪在商务活动中具有十分重要的地位。在国际上，商务活动一般会在酒店、会议室等场所，与会双方便需要注意到时间、交谈方式、饮食习惯等礼仪行为，才能使双方在交流中获得舒适感，推进商务交流。本文将阐述国际商务礼仪中中西方文化的差异，分析差异形成的原因，并探讨国际商务活动应当注意的礼仪行为。

　　 关键词：商务礼仪;中西方;文化差异

　　 随着经济全球化发展，国际商务活动越来越多，体现在活动中的礼仪要求也有许多。在实际交流中可以发现，中西方人由于各种因素造成两者的交流行为差异十分明显。商务人士可以细细探究其中差异，以便在商务活动中能够如鱼得水地把握活动进度。

>　　 一、商务礼仪中中西方的文化差异

　　 （一）性格习惯不同

　　 在商务行为中，由于地理环境、历史文化等因素，中西方人往往有着截然不同的语言、行为习惯。一般情况下，中国人在语言习惯和行为举止上往往比较内敛含蓄，说话婉转，而西方人更加直白简单。在商务活动中，两方的交流明显不同，中国人见面喜欢先与对方问候寒暄，暖和气氛，并邀请对方吃饭或送礼，来拉近双方的关系，有利于之后的合作;而西方人见面交谈的目的性较强，会直接与对方就某事进行谈判，并以自己最终的利益获得为主要目的。

　　 （二）行为语言方式不同

　　 行为语言方式不同体现在商务活动中的方方面面，包括双方想要表达的语言、肢体动作、眼神传递、站立位置等，都会从中看出对方的礼仪规格和内心意愿。比如，在商务活动中，双方代表见面时首先会握手。尽管握手这一动作十分细微，但是在不同国家也有不同方式。一般来说，西方国家的人在双方握手之后会马上将手收回，并拉开两人之间的距离;而东方人在握手时时常长时间握住对方的手，两人处于较为亲密的状态，以促进感情升温。中国人喜欢边握手边寒暄问候，在短时间内攀谈关系和获得对方的好感，但是西方人对于此种行为却不以为然，过于亲密的距离会导致双方不自在，也不够尊重对方的私人空间。

>　　 二、中西方文化差异形成的原因

　　 （一）受到历史传统思想的影响

　　 中国的历史文化悠久，其中传统的儒家思想影响深远，至今仍被中国人奉为文化精华。儒家学派经历多个历史时期，却有着较多的人维护这一学派的理论，对于儒家学派中的思想坚定不移。其中，儒家倡导的“仁”是整个学派的核心思想，同时提倡以和为贵、守礼守诚等。儒家也十分注重血亲关系和伦理道德，对于伦理之间的关系看得十分重要，甚至在科举中也要求读书人熟读理解四书五经。因此，儒家思想对中国人的固有思想形成有着举足轻重的影响，对社会各阶层的人士都有着较大的影响。而西方曾在十六世纪进行文艺复兴运动，人们的思想彻底发生颠覆，人文精神就此诞生，许多人冲破传统思想的束缚，寻求尊严、自由等。

　　 （二）受不同价值观念的影响

　　 中国人接受传统的儒家思想，受到孔子的礼教思想影响，其以礼为尊观念根深蒂固。中庸之道自古以来是我国的传统文化之一，中国人讲究以和为贵，既不要求太突出，也不至于让自己沦为末流，才是和谐的真正道理。所以大部分中国人都十分注重礼貌和礼节，无论是在见面交流，还是在书信交流之中，都会十分注重用词用语的习惯和使用表达尊敬的词语等。相对于中国人，西方人的表达方式则更为强调个性化，他们往往主要会表达自己的个人意愿，把自己的个人利益放在首要位置，讲究价值的实现，而轻视了交流双方之间的情感传递。

　　 （三）受地理条件的影响

　　 或许是由于中国历史上长期处于农耕文明，人们总是在固定的区域工作，并且全部的生活行为都限制在某一范围之中。中国地大物博，人口众多，人口迁移较为困难，因此自古以来受到传统习惯的影响，中国人往往有着安土重迁的思想，许多外出的人也都会有格外浓厚的故乡情结，人的根對于个人来说是十分重要的。这样的生活习惯，让中国人长期都可以自给自足，而不需要依赖商贸往来，也甚少开展人际之间的利益关系。同时，这样的历史也让中国人形成比较保守的思想，人们大多内敛沉稳，对待利益会进行深思熟虑，不会冲动行事。而西方国家国土面积较小，许多国家甚至在海岸线边缘，地理环境差异本身较大，也就不能进行长期的农耕劳作，农作物产值较低，人们的生存资源较为缺乏，这使得后来的西方人不断地开展对外扩张的策略以获取生存物资。因此，西方人在长期的思想习惯影响下，逐渐形成积极开拓进取的精神，面对利益资源的争夺，往往会采取比较激进的方式。

>　　 三、在商务场合应注意的礼仪

　　 在商务场合，由于双方都带有各自的利益目的，因此，双方都需要格外注重商务礼仪，通过行为举止，让对方感受到友好和舒适，才能促进国际商务合作的成功。具体来说，商务场合的礼仪习惯主要有以下几点。

　　 （一）尊重隐私权利

　　 中国人的家庭血缘关系受到格外的重视，所以中国人在人与人之间的交流中往往没有那么多的阻碍，会更加热心于与人交谈比较亲近的话题。比如说，中国人会在商务交谈中问一些涉及到私人隐私方面的问题，会问到对方的工作情况、工作年龄和家庭信息等，以此来拉近攀谈关系。相反的，西方人十分注重自己的隐私权利，如果在商务谈判中对方问及自己的隐私，西方人是有极大可能选择不回答对方的问题，并觉得对方存在隐私侵犯的嫌疑，是一种不尊重人的表现，所以涉及与西方人商务活动的场合，往往要格外保护对方的隐私，不要说出格的话。

　　 （二）尊重风俗习惯

　　 每个国家地区都有自己的风俗习惯，在不同的风俗习惯影响下，人们的生活行为也会发生改变。因此，国际商务活动中，双方要注重事先了解对方地区的风俗习惯，了解对方的传统习俗、喜好和禁忌，这也是一种尊重的体现。俗话说，商场如战场，在国际商务活动中也需要讲究策略，只有充分了解了对方才能更加完美地把握双方在交流过程中的主导权，促进谈话的顺利和成功。

　　 （三）坚守诚信原则

　　 国际商务场合中，个人所代表的形象不仅是个人或公司，更是一个国家的形象，因此要格外注重约定俗成的礼貌礼节。在活动开场前提前十五分钟到场，切忌迟到或爽约。这是尊重、诚信的问题，在商务合作中格外看重这一品质，只有诚信的商人才能在合作中让人放心。

　　 （四）不宜先为

　　 在商务活动中，对方偶尔会故意出一些难题想要让我方出丑，当涉及到自己不能应对的问题时，最先一步是冷静，随后保持按兵不动的方式，在经过深思熟虑之后再进行对话交流，切忌一时冲动胡言乱语，会造成不必要的麻烦。

　　 （五）不必过谦或自负

　　 商务合作本就是利益合作和争夺，因此在商务谈判时不用过分谦虚，否则会让对方心里产生轻慢的态度，不利于自己利益实现。但是也不能侃侃而谈，过分抬高自己的地位而贬低他人。

>　　 四、结语

　　 国际商务活动中礼仪是尤为重要的，双方在充分尊重商务活动的前提下，尽可能地用自身利益温暖对方，展示给对方足够的诚心，才能在商务活动中获得利益。尽管中西方文化存在较大的差异，人们的行为习惯和语言交流内涵大不相同，但是在经过事先准备和礼仪培训过后，良好的道德素养也能够促成商务活动的和谐圆满。

　　 参考文献：

　　 [1]双小林.国际商务礼仪下的中西方文化差异研究[J].明日风尚，20\_（08）：306.

　　 [2]傅仕伟.论国际商务交际中的中西文化冲突[J].都市家教：创新教育，20\_（04）：166-167.

　　 [3]邢莹.国际商务管理中文化价值观的作用[J].中国商论，20\_（25）：69-70.

　　 [4]张许丽.言语交际背景下的中西方“面子”文化差异[J].边疆经济与文化，20\_（03）：108-110.

**商务礼仪在企业文化建设中的作用论文篇3**

　　摘要：教育领域将信息化技术应用在教学过程中已经很普遍了。作为商科类院校学生必须具备的素质之一，商务礼仪的的掌握程度直接影响到学生职业素养水平的高低，对未来职业发展具有重要意义。本文主要概述了实施商务礼仪信息化教学面临的问题，结合商务礼仪教学实践提出了商务礼仪教学实现信息化的策略，为高职院校礼仪教师开展信息化教学提供经验参考。

　　 关键词：高职院校;商务礼仪;信息化课堂

　　 随着信息化技术的不断发展，我国教育界也一直在探索更加适合当前教育需求的教学方式，以此不断突破传统教学组织模式。商务礼仪旨在提升学生礼仪素养，为今后的实践工作和日常生活提供具有针对性的指导。但是，从目前商务礼仪课程实践和学生反馈来看，该课程的教学仍旧存在很多问题，在实施信息化教学方面更是遇到许多困难，需要各院校积极采取改进措施，促进商务礼仪课程的教学目标的高效完成，有效提升学生的职业礼仪素养。

>　　 一、实施商务礼仪信息化教学面临的问题

　　 （一）信息技术设备普适性不强

　　 信息技术设备普适性不强主要体现在教师无法在短时期之内掌握计算机设备、多媒体设备或其他电子设备等的使用方法和操作技术。比如微课，微课的制作需要掌握视频剪辑以及动画人物制作的技能，这对大部分教师来说，是比较困难的，时间与精力都不允许教师去研究这方面技术;虽然微课视频资源可以在网络上查找，但是检索出来的资源往往与教学内容相差很大，教学效果不明显。另外，很多学校的校园局域网建设无法满足信息化教学的需求，利用校园网加载网络教学资源速度很慢，拖慢教学速度，不利于教学的顺利进行。

　　 （二）教学观念陈旧落后

　　 在以往教学过程中，教师是课堂的主导者，无论学生的学习能力以及知识储备差异多大，教师都会采取同样的教学方式实施教学。学生在课堂靠教师“教”，课后靠自己“学”的模式依旧影响着当前信息化教学形式，虽然教师应用了比较先进的信息化教学方式，但是师生之间缺乏互动，被固有教育管理束缚着，形成了一种思维惯性，依旧没有摆脱陈旧教育观念的影响，不利于教学质量的提升。这种教学理念会让学生逐渐失去自主学习能力，导致学习效果差异性增大，无法真正提升学生礼仪素养。

　　 （三）教学评价体系不全面

　　 目前，商务礼仪课程依旧采用比较传统的教学评价体系，重视学习结果，忽视学习过程。采用这样的评价方式，与学校整体的教学评价体系有关，院校对学生的考核主要是根据期末成绩来测评，这样的评价体系往往只是在短时期之内促进了学生对相关知识的掌握，对知识的深入理解以及应用并没有进行全面学习。因此，院校应该对当前整体教学考核评价体系给予重点关注，根据具体情况采取相应的改善措施。

>　　 二、高职商务礼仪信息化课程教学实践策略

　　 （一）加强校园网建设，提高信息化教学硬件设备质量

　　 要实现商务礼仪课程信息化教学，首先需要加强校园网建设，并不断提升硬件设备的使用质量，增强教师对相应设备操作的培训力度，这是信息化教学的基础。教师要积极主动学习相应技术设备的操作方法，提高自身的信息开发能力，将信息技术与教学过程完美结合。一旦掌握了视频录制技术以及动漫制作等微课技术的必备基础知识，可以自己设计和制作需要的视频教学资料。学校方面，要为教师提供足够多的时间、场地等条件，定期组织教师进行专业实训和学习活动，为教师提供更多的学习机会，解决教师在教学过程中的顾虑。

　　 （二）转变教学观念，创新教育方式

　　 信息技术的不断发展和成熟，教学方式也在不断随之改革，进行着创新，教师也要积极转变教学观念，改变以往陈旧的教学模式。商务礼仪课程本身具有很强的实践性和应用性，在教学过程中，教师除了运用慕课、微课等新的教学手段来增加课堂趣味之外，还应积极与学生進行互动;创设情境，让学生在特定场合中进行自我形象设计或者为他人设计形象，及时将学到的知识应用在情境中，增强学生的实践能力和反应能力。比如，在学习“职业着装”内容时，教师设定了这样一个场景，新成立公司的总经理李先生与财务总监张小姐带领公司其工作人员，总共四人到银行就公司贷款事项与工商银行进行洽谈，那么李先生与张小姐在这次与银行的洽谈活动中，应如何恰当着装？教师可以邀请学生进行分析，对李先生和张小姐着装需要注意的要点进行详细讲解，比如，男士西装分类、着装要领、西装配件、领带、皮带、袜子、公文包等细节，女士西装套裙着装要领和基本礼仪等;也可以让学生对李先生与张小姐进行着装设计。

　　 （三）强调教学过程性考核，完善教学评价体

　　 构建多元的教学评价体系，强调对学习过程的评价，是实现商务礼仪信息化教学的重要保证，也符合信息化教学的要求。信息化教学中，学生的学习行为会越来越复杂和多面，仅仅靠课上表现与期末成绩无法做出全面准确的评价，展现不出学生真正的知识水平和技能水平。因此，就考核内容方面来讲，将学生的课堂表现、自评互评、小组互评、网上任务测评、实践应用能力等与期末成绩一起加入考核体系中，加强过程评价比重，提升总体教学效果。

　　 参考文献：

　　 [1]宋晓霞.关于信息化教学的思考——以《商务礼仪》课程为例[J].吉林省教育学院学报，20\_，33（11）：62-65.

　　 [2]魏妍妍.对高职教育中《商务礼仪》教学的思考[J].北方文学（下半月），20\_（08）：214.

　　 [3]黄瑞苑.高职形体课与商务礼仪实践课对接的研究[J].中国学校体育，20\_（06）：80-81.

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！