

<<电子电器产品市场与经营>>

图书基本信息

书名：<<电子电器产品市场与经营>>

13位ISBN编号：9787040108422

10位ISBN编号：7040108429

出版时间：2002-7

出版时间：高等教育出版社

作者：张百章 编

页数：149

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<电子电器产品市场与经营>>

内容概要

《电子电器产品市场与经营》是中等职业教育国家规划教材，根据2001年教育部颁布的中等职业学校重点建设专业（电子电器应用与维修专业）教学指导方策编写。

《电子电器产品市场与经营》紧密结合电子电器行业的特点，有机地综合市场营销理论和商品经营实务，“电子电器生产企业市场经营的基本思路和策略为主线，深入浅出地介绍了电子电器产品市场经营的基本方法。

主要内容有 电子电器产品的产销现状和发展趋势、电子电器产品的市场分析、电子电器产品市场机会的选择、电子电器产品市场经营战略和策略等。

《电子电器产品市场与经营》编写中，采用先由案例引出问题，然后分析这一问题的市场理论和经营基本原理，最后又提供相应案例进行阅读分析的方法，使教材增强可读性，同时也有利于提高学生分析问题和解决问题的能力。

《电子电器产品市场与经营》可作为中等职业学校电子电器应用与维修专业段相关专业教材，也可作为电子电器企业职工上的岗位培训用书。

<<电子电器产品市场与经营>>

书籍目录

第一章 电子电器产品市场与经营概述第一节 电子电器产品分类第二节 电子电器产业现状和趋势第三节 电子电器产品市场供求特点第四节 电子电器产品市场经营理念案例伊莱克斯“悄悄”进冰箱市场复习思考题第二章 电子电器产品市场分析第一节 电子电器产品市场营销宏观环境分析第二节 电子电器消费者市场分析第三节 电子电器产业市场分析案例消费者买产品看重什么复习思考题第三章 电子电器产品市场营销机会选择第一节 电子电器产品市场需求的调研和预测第二节 电子电器产品市场细分和目标市场的选定实训一 市场营销机会分析——市场需求调研案例上海彩电市场容量有多大复习思考题第四章 电子电器产品市场经营策略之一：产品策略第一节 电子电器产品的整体产品概念及产品组合第二节 电子电器新产品开发第三节 电子电器产品的牛命周期第四节 电子电器产品的品牌第五节 电子电器产品的服务案例荣事达的“红地毯服务”复习思考题第五章 电子电器产品市场经营策略之二：价格策略第一节 影响电子电器产品定价的主要因素第二节 电子电器产品的定价方法第三节 电子电器产品的定价策略案例差异化铸造美的价值链复习思考题第六章 电子电器产品市场经营策略之三：渠道策略第一节 电子电器产品分销渠道的概念、功能和类型第二节 电子电器产品分销渠道的选择第三节 电子电器产品的主要分销方式与终端销售形式第四节 电子电器产品的实体分配实训电子电器产品市场经营实务案例春兰营销三级跳复习思考题第七章 电子电器产品市场经营策略之四：促销策略第一节 人员推销第二节 广告第三节 公共关系第四节 销售推广实训三 家电产品模拟推销案例 TCL王牌彩电逐鹿中原复习思考题第八章 电子电器产品的经营战略第一节 电子电器产品的企业发展战略第二节 电子电器产品的竞母战略第三节 电子电器产品的全球营销战略案例小天鹅洗衣机究竟该如何发展复习思考题附录一 A酒在厦门市场调查方案附录二 消费者家电购买意向调查问卷附录三 进销存主要业务单据参考文献

<<电子电器产品市场与经营>>

章节摘录

一、电子电器产品的概念 电子电器产品是指人们家庭日常生活中使用或类似条件下使用的电子和电气器具。

所谓“类似条件”指的是如学校、医院、娱乐中心等以服务为主的场所。

电子电器产品不仅能减轻和简化人们的家务劳动，丰富人们的家庭生活，为人们创造舒适的生活环境，提高人们的生活质量，而且也体现了社会的进步和发展，体现了现代文明，使人类社会由“工业社会”开始向更文明的“信息化社会”过渡。

因此，电子电器越来越受到各个国家的重视。

电子电器工业已经成为耐用消费品工业的重要组成部分，在整个社会发展中占有重要的地位。

二、电子电器产品的分类 经过一百多年的研究和发展，电子电器已经形成完整的体系，不仅品种繁多，而且规格齐全。

目前，国际上对电子电器产品尚无统一的分类标准。

许多国家由于历史原因和习惯，订着自己的分类方法。常见的有以下几种：（一）按能量转换方式分类 按能量转换方式分类是从学术研究及专业化生产角度常采用的分类方法。

1 电动器具即电能转换为机械能的器具，如电风扇、洗衣机、真空吸尘器、开罐器、果汁器、电动剃须刀等。

2 电热器具即电能转换为热能的器具，如电熨斗、电热梳、电热锅、电热炉、电暖风器、电热炊具等。

……

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介, 请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>