

<<市场营销知识>>

图书基本信息

书名：<<市场营销知识>>

13位ISBN编号：9787509527030

10位ISBN编号：7509527031

出版时间：2011-3

出版时间：中国财政经济出版社一

作者：杜明汉 编

页数：219

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>

<<市场营销知识>>

内容概要

《中等职业教育国家规划教材：市场营销知识（第3版）》主要讲了对于中职市场营销专业而言，主要是培养一线销售人员的工作沟通能力，提高他们的心智技能，从而创造性地开展工作。本次修订新增加实例27个，实务模拟实训11个和5个综合实训，均以项目任务为导向进行设计，每个实训项目都选用典型的工作任务或实务实训项目及具体训练方法，使过去的“说”实训转变到“做”实训。

全部项目具备实战性，学生必须深入商场或超市与企业一线营销人员沟通，了解和实践后才能完成。所有的实训项目均以学生为主体，注重实践的训练方法，强调由学生根据任务要求投入实践解决问题，自己动手完成实训项目。

学生完成实训项目和任务的情况及其表现可以作为课程评价的重要依据。

从而对学生进行知识、技能、素质全面考核给出综合评价。

《中等职业教育国家规划教材：市场营销知识（第3版）》由杜明汉任主编，孙金霞任副主编。参加《中等职业教育国家规划教材：市场营销知识（第3版）》编写的有：张泽金（第二章、第三章），孙金霞（第一章、第四章、第五章），杜明汉（第六章、第七章、第八章），韩军（第九章、第十章）。

本次修订由杜明汉总纂修改。

《中等职业教育国家规划教材：市场营销知识（第3版）》在编写过程中参阅了国内外许多相关教材和文献资料，在此谨向这些教材和文献资料的著者、译者、编者致谢。

<<市场营销知识>>

书籍目录

- 第一章 概述
- 第二章 市场营销环境分析
- 第三章 市场分析
- 第四章 市场细分与目标市场
- 第五章 产品策略
- 第六章 定价策略
- 第七章 分销渠道策略
- 第八章 促销策略
- 第九章 市场营销调研与预测
- 第十章 市场营销的组织实施与控制
- 市场营销知识综合实训资料
- 主要参考书目

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>