第一图书网, tushu007.com

<<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：9787513513319

10位ISBN编号：7513513317

出版时间：2011-9

出版时间：外语教学与研究出版社

作者：张晓艳，王奎英 编

页数：209

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

第一图书网, tushu007.com

<<电子电器产品市场与经营>>

内容概要

《中等职业教育改革创新规划教材：电子电器产品市场与经营》根据教育部中等职业教育教学改革的要求，从电子电器产品市场与经营的角度介绍了中等职业学校电子类专业学生未来从业所需的基础理论知识、基本业务内容和基本岗位技能。

本书采用项目引领方式编写，主要内容包括初识电子电器产品市场与经营、电子电器产品市场与经营分析、电子电器产品市场营销的STP战略、电子电器产品市场营销的4P策略、电子电器产品经营活动的主要环节等。

本书在内容选取上以“实用、够用”为原则，注重理论知识的应用和基本技能的培养；采用项目引领、任务驱动、探究性学习的方式，体现“以学生为主体、以教师为主导”的现代教育教学理念。书中丰富的课堂教学活动、新颖的教学形式，符合中职学生的心理特点和认知规律。

本书既可作为中等职业学校电子类及相关专业的教材，也可作为电子电器产品营销从业人员的岗前培训及自学参考用书。

第一图书网, tushu007.com

<<电子电器产品市场与经营>>

书籍目录

项目一 初识电子电器产品市场与经营任务一 识别电子电器产品任务二 了解电子电器产品市场任务三 树立正确的商品经营思想项目二 电子电器产品市场与经营分析任务一 电子电器产品市场环境分析任务二 电子电器产品经营条件分析项目三 电子电器产品市场营销的STP战略任务一 认识市场营销和市场营销战略任务二 电子电器产品市场细分任务三 电子电器产品目标市场选择任务四 电子电器产品市场定位项目四 电子电器产品市场营销的4P策略任务一 策划产品策略任务二 策划电子电器产品价格策略任务三 策划电子电器产品分销渠道策略任务四 策划产品促销策略项目五 电子电器产品经营活动的主要环节任务一 电子电器产品采购任务二 电子电器产品运输任务三 电子电器产品储存任务四 电子电器产品销售附录相关法律法规参考文献

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

4.电子电器产品的销售　　电子电器产品的销售，就是电子电器产品所有者通过货币关系向货币所有者让渡商品的经济活动。

从电子电器产品由生产领域向消费领域转移的全过程来看，电子电器产品的销售活动分为三类：第一类是生产销售。

存在两种情况，一种情况是生产者将商品直接卖给消费者或生产用户，供消费者的日常生活需要或生产者作为再生产用；另一种情况是生产者将商品卖给中间商供作转卖。

而后者即电子电器产品经营企业的采购。

第二类是批发零售。

这也有两种情况，一种是将商品（主要是消费品）批量供应给其他批发商或零售商，供作进一步转售；另一种情况是将商品（主要是生产资料）批量供应给生产加工企业，供作生产消费。

第三类是零售销售，这是直接面向广大消费者和社会集团的商品销售活动，将电子电器产品出售给城乡居民以满足人们的日常生活需要；出售给社会集团，供作生产性的公用消费。

在市场经济条件下，电子电器产品的实体活动——-运输和储存，是以电子电器产品所有权的转移，即以采购和销售为前提的，通过运输和储存来解决从生产到消费存在的空间和时间上的矛盾。

采购和销售起着主导作用，运输和储存虽然是采购和销售韵必要条件，但却是采购和销售的派生环节。

购、销、运、存相互结合，便构成了电子电器产品经营企业的基本内容。

四、电子电器产品经营思想　　1.商品经营思想的概念　　商品经营思想是指商品经营者在筹划商品经营活动时的指导思想和办事原则。

人的活动，受人的思想支配；商品经营活动，受商品经营者的思想支配。

科学的商品经营思想是商品经营活动取得成功的首要前提。

每一个商品经营者在从事商品经营活动时都有一个指导思想。

购进什么产品、以何种方式进行销售、开设哪些服务项目等具体的业务活动，都是由商品经营思想所决定的。

错误的商品经营思想，因其不符合商品经营的规律，会把商品经营引入歧途，使商品经营越做越困难，即使暂时能取得一定成功，但最后还是会以失败而告终；正确的、科学的商品经营思想，因其符合商品经营的规律，会把商品经营领上正道，商品经营会越做越红火，即使暂时有一些挫折，过后仍能获得大的发展。

所以商品经营者必须具备正确的现代商品经营思想，才能取得商品经营的成功。

2.现代商品经营思想的内容　　（1）市场需求第一的思想　　市场需求第一的思想，是现代商品经营者的主要经营思想。

首先，按市场需求组织商品经营，即所经营商品的品种、数量、质量、价格，以及商品进销的时间、地区等完全按市场需求进行，使消费者对商品有充分的选择余地。

真正做到市场需求什么，就经营什么。

其次，市场需求是不断变化的，商品经营也要随之变化。

当市场对商品的品种、质量、数量、价格等方面的要求发生变化时，商品经营者要及时调整经营的商品结构，制定相应的经营措施，随市场需求的变化而变化。

顾客代表着市场需求，把顾客当做“上帝”，这是市场需求第一思想的对待顾客观。

……

第一图书网, tushu007.com

<<电子电器产品市场与经营>>

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