

<<市场营销专业综合理论>>

图书基本信息

书名：<<市场营销专业综合理论>>

13位ISBN编号：9787564129149

10位ISBN编号：756412914X

出版时间：2011-8

出版时间：东南大学出版社

作者：杨正平

页数：230

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>

<<市场营销专业综合理论>>

内容概要

《“3+X”普通高校单独招生复习指导丛书》是南京、镇江、常州、无锡、苏州职教教研工作者和一线教师通力合作的产物，编写人员或为苏南五市职高新教材的编写者，或为单招考试大纲的制订者，或参加过我省单招考试命题和阅卷工作，在我省甚至全国职教战线上具有较高知名度。本套丛书出版发行9年来，深受我省职业学校广大师生的欢迎和一致好评，已成为参加单招复习考试师生的必备指导用书。

2011年版的本套丛书具有鲜明的特色和诸多亮点，主要表现如下：(1)权威性——教研专家与一线教师通力合作，依纲扣本，精心编著。

(2)导向性——服务单招，及时应变，引导命题最新风向。

(3)实用性——文化课和各专业综合理论均按第一轮复习和第二轮复习模式进行编写(专业综合理论两轮合订成一本)，第一轮着重复习基本概念，目的是夯实基础，第二轮着重训练解题能力、提升理解能力和增强应试能力；提供多套单元模拟试卷、专业综合模拟试卷以及专业综合技能考核模拟试卷(含答案)，采用活页装订的方法附在书后，便于对学生测试时使用。

本套丛书的问世，我们力求实现三个目标。

一是减少教学、复习和考试中的随意性。

针对新考纲的具体目标，本套丛书围绕各学科的考试要求和范围，为单招复习提供了诸多建设性意见，便于考生减轻复习负担，提高复习的质量。

二是突出了对能力和方法的要求。

作为选拔性考试，在重视考查基础知识的同时，必须注重对能力和方法的考查，因此，我们把编写重点放在对所学内容内在联系的揭示以及分析问题、解决问题的能力和方法的掌握上，使学生能够自主获得知识，融会贯通，举一反三。

三是根据教学知识体系，精心编写习题，力求突出重点，化解难点，为广大考生提供高质量的知识运用和能力训练材料，以减轻复习中的盲目、低效现象。

<<市场营销专业综合理论>>

书籍目录

第一部分 基础会计

第一章 总论

第二章 会计科目和账户

第三章 复式记账法

第四章 企业基本业务的核算

第五章 账户的分类

第六章 会计凭证

第七章 会计账簿

第八章 财产清查

第九章 财务报表

第十章 账务处理程序

第二部分 市场营销学

第一章 市场营销学概述

第二章 市场分析

第三章 市场营销信息调研

第四章 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 促进销售策略

第九章 市场营销策略的综合运用

第三部分 经济法基础

第一章 产品质量法

第二章 反不正当竞争法

第三章 消费者权益保护法

第四部分 国际贸易基础

第一章 国际贸易理论与政策

第二章 国际贸易实务

第五部分 电子商务基础

参考答案

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>