

<<印刷成本计算>>

图书基本信息

书名：<<印刷成本计算>>

13位ISBN编号：9787122090577

10位ISBN编号：7122090574

出版时间：2010-9

出版时间：化学工业

作者：余艳群 编

页数：88

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>

## <<印刷成本计算>>

### 前言

印刷工业的快速发展促进了我国印刷工程类高等职业教育的建设日趋完善。为了满足培养印刷行业各类专业人才的要求，满足印刷行业高等职业教育的需要，高职教育的课程建设和教材建设应运而生，然而印刷成本方面的高职教材却少之又少。

鉴于此，我们编写了《印刷成本计算》这本教材。

编写过程中力求处理好理论与实际应用的关系，突出系统性、科学性、操作性。

每一章节后均附有习题和相应答案，以便学生巩固与提高。

教材除了可作为职业院校印刷工程及相关专业教材以外，也可作为印刷行业从业人员技术培训教材和自学读物。

本书由泉州经贸职业技术学院余艳群主编，李嘉喆（泉州经贸职业技术学院）、李召华（空军第一航空学院）任副主编。

其中余艳群负责第一、二章的编写及全书的统稿，李嘉喆负责第三、四章的编写，李召华负责第五、六章的编写，另外参与编写人员还有南静生、王金学等。

在编写过程中，得到许多兄弟院校教师和印刷企业工程人员的大力支持，在此一并致谢。由于水平有限、时间仓促，疏漏在所难免，敬请广大读者提出宝贵意见，以便进一步修改完善。

## <<印刷成本计算>>

### 内容概要

本书主要介绍了印刷生产的工艺流程、印前制作工序核价、生产准备工序核价、印刷生产过程的计算、印后加工工序产生的价格、包装印刷品各个后工序的价格等内容，系统性和科学性强，每一章节后均附有习题和相应答案，以便学生巩固与提高，操作性强。

本书既可作为职业院校印刷工程及相关专业教材，也可作为印刷行业从业人员技术培训教材和自学读物。

## &lt;&lt;印刷成本计算&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 绪论 第一节 印前沟通 一、营销员的主要工作 二、营销员应具备的素质 三、营销员销售技巧 第二节 成本计算 一、印刷成本的含义 二、印刷成本的计算方法 第三节 生产实施 一、印前 二、印刷 三、印后 四、印刷业务员操作 第四节 注意事项 一、安排工艺的注意事项 二、选用纸张材料的注意事项 三、校对菲林片的注意事项 四、印刷过程中的注意事项 五、装订的注意事项 习题 第二章 印前制作工序核价 第一节 设计价格计算 一、根据加工对象不同计价 二、根据委印单位提供物的层次不同计价 第二节 排版价格计算 一、汉字排版计价 二、纯外文及中外文对照排版计价 第三节 制版价格计算 第四节 其他价格计算 习题 第三章 用纸量及纸款的计算 第一节 纸张常见规格、品种及价格表 一、纸张常见规格 二、纸张常见品种 三、纸张价格表 第二节 用纸量计算 一、实际用纸量的计算 二、加放量的计算 第三节 纸款的计算 一、单张纸的成本计算 二、纸款的计算 习题 第四章 印刷生产过程的费用计算 第一节 单色印刷 一、单张纸单色印刷 二、胶印轮转书刊印刷 三、单色轻印刷 第二节 双色印刷 第三节 四色印刷 第四节 包装、装潢、商标印刷 习题 第五章 印后加工工序产生的费用 第一节 装订费用计算 一、装订方法 二、装订费用计算方法 三、装订费用的估算 第二节 其他工艺产生的费用 一、打号码费用 二、啤、粘费用 三、压线计价 四、压纹计价 五、绕(腰)扎、胶头计价 六、包装盒对裱(卡纸对裱)计价 七、纸箱和包装纸净切工包扎计价 习题 第六章 包装印刷品各个后工序的费用 第一节 上光工艺的费用 第二节 覆膜工艺的费用 第三节 压凹凸的费用 第四节 模压工序的费用 第五节 烫金的费用 习题 附录习题答案 参考文献

## &lt;&lt;印刷成本计算&gt;&gt;

## 章节摘录

2.设定目标 有的营销员把客户分为直接客户和间接客户。

直接客户是指本人直接接触的客户，直接客户利用某种渠道或者关系掌握着不少优质的客户资源，营销员可在质量、进度上极力服务好，让客户信任，同时仔细观察直接客户动向，从各个渠道打听业务来源。

间接客户是指营销员可通过本人的各种社会关系来寻找的客户，也可通过直接客户寻找。

3.传播信息 尽最大可能将企业产品的信息传播出去。

和潜在客户初步接触之后，可递交本企业的简介，比如企业的位置、厂房面积、员工数量、现有设备、产品质量、服务项目等，最好能用成功案例突出本企业的优势。

最后要注意注明本企业相关人员的姓名和联系方式。

4.推销产品 主动与客户接洽，展示产品，为获取订单而努力。

5.提供服务 提供产品的售后服务及对客户的服务。

开发业务后如何服务、维护好业务很重要，开发新的客户难，周期较长，成功率差，因此，在现有的客户中扩大业务份额是捷径。

产品的服务。

要想在服务上取胜，就要特别注意细节。

专业、细致的服务既是开发好业务的前提，同时也是维护好业务的必要条件。

营销员要对自己所有的产品都了如指掌。

每天都要去车间走走，关心产品进度的同时，可以在第一时间发现问题，解决问题。

每天下班之前都要整理思绪，回忆一下今天的工作，特别注意新产品，预估可能会在哪个环节上有问题，主动找权威人士商量，先打“预防针”引起重视，生产时问题会减少很多；同时还要特别重视那些改过胶片的老产品，只有自己看到才算完全放心。

客户的服务。

很多客户是外行，营销员可在产品的工艺、交付期、质量上替他们把关，提高客户对营销员的信任度、依赖度。

同时还要动脑筋给客户有利于他们行业的信息，让客户感到他选择的供应商“物超所值”。

以“客户完全满意”为服务宗旨，就能赢得更多客户，争取到更多的订单。

6.收集信息 收集市场信息，进行市场考察。

首先要明确市场调查范围，根据企业的印刷机型，会对营销人员承接的任务提出要求，如：印刷方式、印数、纸张，营销员应当根据要求，在目标市场范围内进行调查。

<<印刷成本计算>>

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>