

<<营销职业素质实训>>

图书基本信息

书名：<<营销职业素质实训>>

13位ISBN编号：9787300140094

10位ISBN编号：7300140092

出版时间：2011-8

出版时间：中国人民大学出版社

作者：季黎 编

页数：179

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>

<<营销职业素质实训>>

内容概要

这本《营销职业素质实训》由季黎主编，介绍了高职高专市场营销专业人才培养中知识、能力、素质均衡发展的一种新型模式，即将素质实训引入市场营销专业的学习。

素质实训具有寓教于乐的功能，可以促进学生的全面发展，能够开发潜能、增强自信、磨炼意志、改善人际关系、培养团队协作精神等。

《营销职业素质实训》旨在培养既有适用的理论知识。

又具备较强的市场营销实战能力、创新能力和与职业能力相适合的专业素质的市场营销人才。

<<营销职业素质实训>>

书籍目录

上篇 (理论篇)

第1章 素质概述

1.1 素质、知识和能力的含义

1.2 素质、知识和能力的区别与联系

第2章 营销专业学生的素质实训

2.1 企业对营销人员素质的要求

2.2 营销专业学生素质实训的目的和意义

2.3 营销专业学生素质实训的内容

下篇 (实训篇)

项目1 自信心培养

任务1 自我展示

任务2 总结自信心的重要性

项目2 营造良好心态

任务1 人际交往中的心态训练

任务2 感受心态的力量

项目3 职业道德的培养

任务1 遵守职业道德

任务2 职业责任心的培养

项目4 团队合作意识训练

任务1 重视团队协作

任务2 有效进行团队合作

任务3 克服有效合作的障碍

项目5 礼仪训练

任务1 懂得基本礼仪

任务2 了解商务礼仪

任务3 塑造个人形象

项目6 沟通技能训练

任务1 了解沟通

任务2 如何进行有效的沟通

任务3 演讲

项目7 时间管理技能的训练

任务1 掌握时间管理的理论

任务2 时间管理训练

项目8 个人潜力发展培训

任务1 学会自我激励

任务2 规划自己的职业生涯

任务3 发展个人潜力

项目9 创新思维培训

任务1 冲破阻碍创新思维的枷锁

任务2 创新思维的发挥

参考文献

<<营销职业素质实训>>

章节摘录

(4) 三者获得和提的途径不同。

知识是在对客观现实的反映中对相应经验的概括化结果，感知外部世界产生种种经验，这些经验被概括、固定下来就构成知识；技能的形成也有着类似的概括化过程。

学习概括别人的知识和技能，也可以获得知识，甚至可以突击，快速获得。

在这些概括化过程中，那些用以调节行为动作或心理活动的心理过程，表现出这样或那样的特性，这些特性不断被表现而逐步概括化，形成个性心理特征，也就形成了能力。

素质与知识、能力密切相关，但素质是更深层次的，素质的养成和提高的过程更加复杂。

加强或注重素质教育，特别是渗透性的教育、养成性的教育，教育者的体验内化过程、实践过程，以及人文精神的培养，人的素质才能得以养成和提高。

当然，三者人才成长的不同的时期，有不同的要求，有一个提高的过程。

(5) 三者获得和丧失的快慢、难易不同。

知识和技能随着一个人的不断学习与实践日益增长和积累，甚至可以通过突击快速获得。

而能力在人的一生中则有其逐渐形成、发展和相对衰退或停滞的过程，不能像知识可以突击快速形成。

人到老年仍能学习新的知识，更多地了解世界。

但在学习能力的某些方面却存在一定程度的衰退，学习同样的东西，老年人常常比青年入学得慢、较难巩固，运用起来也不如青年人灵活，这是能力减退造成的。

素质的形成和发展则更为复杂，它既不能像知识那样可以快速获得，又不能说有了能力就有素质，甚至高素质。

因此，既要学习知识、培养能力，为素质的形成打下内化的基础，又要注意个人的思想道德修养和健康的人格、气质等个性特征的培养，以适应社会发展需要的正方向性和正效应。

社会的政治、经济、文化、科技的发展和风俗对人的素质的形成有着重要的影响。

素质的形成还要考虑到人的先天因素，并将此过程贯穿于整个人生中，不能一劳永逸。

相对而言，知识、能力和素质的获得，一个比一个困难、一个比一个慢；三者的丧失，一个比一个慢，这是符合辩证法的。

.....

<<营销职业素质实训>>

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>