第一图书网, tushu007.com

<<市场营销英语>>

图书基本信息

书名：<<市场营销英语>>

13位ISBN编号：9787310029785

10位ISBN编号：731002978X

出版时间：2008-8

出版时间：南开大学出版社

作者：张琳琳　主编

页数：252

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

前言

进入21世纪，伴随着中国对外开放的深入和全球经济一体化的到来，中国企业的机遇与挑战也相伴而来。
一方面，中国企业的市场范围扩展到全球范围；另一方面，中国企业要面临国内外对手的激烈竞争。
企业生存环境的变化引发了对外语人才需求的变化。
越来越多的企业需要的外语人才不仅要精通语言与文化，亦要掌握某一领域的专业知识。
为迎接挑战，近年来国内许多高校纷纷开设双语教学课，并使用国外原版教材，但这引发了如F问题，即，大多数国外原版教材的视角和商务环境是美国，案例分析也多来自美围，教材内容与中国商务与文化环境并不相符，这极大影响了学习的效率与效果。

内容概要

经过十多年的努力，我国已于2001年底正式成为世界贸易组织会员国，从而使我国融入了国际经济大循环和日趋激烈的全球大市场中。
中国经济要在全球化竞争中发展和壮大，一方面要在宏观层次上把握好经济的运行规律，另一方面，要在企业层面上进行科学高效的管理，提高企业的市场拓展能力和顾客服务能力，这就要求有足够的、合格的营销类专业人才来承担这项任务。
　　英语专业学生目前正面临着与市场的双向选择，而“英语+专业”的培养模式已经成为众多高校英语专业课程设置的重要参考。
本教材的编写与出版正是为了适应包括英语专业学生、营销专业学生以及有一定英语阅读基础又对营销有兴趣的读者的要求。
　　本教材有两个明显的特点：第一，内容全面、系统。
本书以简洁的语言系统介绍了营销的理论，包括营销组合、营销环境、市场细分、目标市场、市场定位、消费者购买决策、零售与批发等。
读者将会对营销理论有一个系统而全面的掌握。
第二，英文编排规范、严谨，对文章中涉及的专业术语和背景知识都作了准确而翔实的解释，这有助于读者对原文的理解和对营销术语的掌握。

书籍目录

第一部分　了解市场营销　第一章　市场营销的发展及新趋势　第二章　市场营销的环境　第三章　市场营销的国际环境第二部分　进行市场分析　第四章　市场调研方法　第五章　市场细分　第六章　目标市场及定位第三部分：理解消费者行为　第七章　消费者决策过程　第八章　企业市场及企业消费者行为第四部分　开发市场营销组合　第九章　产品及品牌　第十章　新产品开发　第十一章　促销：广告及公共关系　第十二章　促销：推销及促销行为　第十三章　分销：分销渠道及供应链　第十四章　零售及批发　第十五章　定价策略

章节摘录

Production and marketing of goods and services are the essence ofeconomic life in any society. Marketing can be viewed in many differentways such as a concept, a philosophy, an orientation, a function, or adiscipline. To some extent, marketers are sellers. Of course, marketing israther more complex than selling and buying, but it is about attractingcustomers, selling things, competing with others and making a profit in acertain kind of market. The role of marketing has changed as oureconomic systems have developed.

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