

<<市场营销专业英语>>

图书基本信息

书名：<<市场营销专业英语>>

13位ISBN编号：9787310032334

10位ISBN编号：7310032330

出版时间：2009-9

出版时间：南开大学出版社

作者：郑琦，李桂华 主编

页数：279

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>

<<市场营销专业英语>>

内容概要

本书为市场营销管理及相关专业的大学本科生和在职自学人员编写，旨在帮助学生提高市场营销专业英语阅读理解水平以及运用英语进行业务交流和洽谈的能力。

全书共分16单元，内容涵盖营销管理原理、市场调研、市场细分、目标市场、市场定位、产品策略、广告促销、产品定价、国际营销等领域，目的在于让学生通过专业英语的学习，熟悉并掌握尽可能多盼英语专业术语及相关专业知识和营销理念；在着重训练学生专业英语文献阅读能力的同时，使学生进一步熟悉掌握专业英语的文体结构、风格特征及修辞技巧，从而为学生在将来的工作实践中比较熟练地使用英语打下坚实的基础。

参加本书编写的教师多数都曾经翻译或出版过该领域的著作，并都曾在国外进修学习过，具有多年从事市场营销领域教学和专业英语教学的丰富经验。

本书内容具有以下特点：1. 本书的编写参考了当前最新的原版教一材，内容新颖，语言规范，章节编排也符合专业的发展模式和教学需求。

2. 为了便于学生对市场营销专业知识体系的全面掌握，本书内容涵盖全面、系统，不仅包含市场营销专业的基本概念，也反映了该领域的最新进展。

3. 为了帮助学生提高阅读专业英语文献的能力，同时也满足自学者的需要，每单元均配有练习题及参考答案。

因此，本书在市场营销专业英语的教学中具有很高的实用价值。

它既可作为高等院校市场营销专业本科学生的专业英语教材，也可作为其他相关专业学生和自学者的参考教材。

书籍目录

Unit 1 Introduction to Core Marketing ConceptsUnit 2 Marketing EnvironmentUnit 3 Customer Value and SatisfactionUnit 4 Types of Marketing ResearchUnit 5 Consumer Purchase Decision ProcessUnit 6 A Model of Business Buyer Behavior Unit 7 Market Segmentation, Targeting, and PositioningUnit 8 Product Classification and Product DecisionsUnit 9 Product Life Cycle and Its Marketing ImplicationsUnit 10 How to Set a Price on a ProductUnit 11 Retailer Marketing Decisions Unit 12 Integrated Logistics ManagementUnit 13 Sales PromotionUnit 14 Functions of the AdvertisingUnit 15 Characteristics of Services and the Related Marketing StrategiesUnit 16 International MarketplaceKey to Exercises References

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>