

<<营销员（中级）>>

图书基本信息

书名：<<营销员（中级）>>

13位ISBN编号：9787504549587

10位ISBN编号：7504549584

出版时间：2005-2-1

出版时间：中国劳动出版社

作者：劳动和社会保障部教材办公室上海市职业培训指导中心

页数：237

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>

## &lt;&lt;营销员（中级）&gt;&gt;

## 前言

职业资格证书制度的推行，对广大劳动者系统地学习相关职业的知识和技能，提高就业能力、工作能力和职业转换能力有着重要的作用和意义，也为企业合理用工以及劳动者自主择业提供了依据。

随着我国科技进步、产业结构调整以及市场经济的不断发展，特别是加入世界贸易组织以后，各种新兴职业不断涌现，传统职业的知识和技术也越来越多地融进当代新知识、新技术、新工艺的内容。

为适应新形势的发展，优化劳动力素质，上海市劳动和社会保障局在提升职业标准、完善技能鉴定方面做了积极的探索和尝试，推出了1+X的鉴定考核细目和题库。

1+X中的1代表国家职业标准和鉴定题库，X是为适应上海市经济发展的需要，对职业标准和题库进行的提升，包括增加了职业标准未覆盖的职业，也包括对传统职业的知识 and 技能要求的提高。

上海市职业标准的提升和1+X的鉴定模式，得到了国家劳动和社会保障部领导的肯定。为配合上海市开展的1+X鉴定考核与培训的需要，劳动和社会保障部教材办公室、上海市职业培训指导中心联合组织有关方面的专家、技术人员共同编写了职业技术·职业资格培训系列教材。

职业技术·职业资格培训教材严格按照1+X鉴定考核细目进行编写，教材内容充分反映了当前从事职业活动所需要的最新核心知识与技能，较好地体现了科学性、先进性与超前性。

聘请编写1+X鉴定考核细目的专家，以及相关行业的专家参与教材的编审工作，保证了教材与鉴定考核细目和题库的紧密衔接。

职业技术·职业资格培训教材突出了适应职业技能培训的特色，按等级、分模块单元的编写模式，使学员通过学习与培训，不仅能够有助于通过鉴定考核，而且能够有针对性地系统学习，真正掌握本职业的实用技术与操作技能，从而实现我会做什么，而不只是我懂什么。

每个模块单元所附单元测试题和答案用于检验学习效果，教材后附本级别的模拟试卷，使受培训者巩固提高所学知识技能。

本教材结合上海市对职业标准的提升而开发，适用于上海市职业培训和职业资格鉴定考核，同时，也可为全国其他省市开展新职业、新技术职业培训和鉴定考核提供借鉴或参考。

新教材的编写是一项探索性工作，由于时间紧迫，不足之处在所难免，欢迎各使用单位及个人对教材提出宝贵意见和建议，以便教材修订时补充更正。

## <<营销员（中级）>>

### 内容概要

《营销员（中级）》由劳动和社会保障部教材办公室、上海市职业培训指导中心依据上海1+X职业技能鉴定细目——营销员（中级）组织编写。

《营销员（中级）》从强化培养操作技能，掌握一门实用技术的角度出发，较好地体现了本职业当前最新的实用知识，对于提高从业人员基本素质，掌握营销员的核心知识有很好的帮助和指导作用。

本教材分为十四个单元，主要内容包括：企业管理与市场营销概述，市场营销环境与分析，市场细分、目标市场选择及市场定位，产品策略，定价策略，分销渠道策略，促销策略，营销人员的素质与公共社交礼仪，营销活动，市场调研，市场预测和营销策划，营销计划的制定，实施与控制，电子商务与相关法律知识。

为便于读者掌握本教材的重点内容，教材每单元后附有单元测试题及答案，全书最后附有知识考核模拟试卷和技能考核模拟试卷及答案，用于检验、巩固所学知识与技能。

## &lt;&lt;营销员（中级）&gt;&gt;

## 书籍目录

第一单元企业及企业管理（1）第一节企业概述（1）第二节企业管理概述（5）单元测试题（8）单元测试题答案（9）第二单元市场及市场营销（10）第一节市场概述（10）第二节市场营销概述（11）第三节市场营销观念（14）第四节市场营销组合（17）单元测试题（19）单元测试题答案（20）第三单元市场营销环境与分析（21）第一节市场营销环境的构成（21）第二节消费者市场分析（26）第三节生产者市场分析（32）第四节竞争者市场分析（34）单元测试题（38）单元测试题答案（39）第四单元市场细分、目标市场选择及市场定位（40）第一节市场细分（40）第二节目标市场及其营销策略选择（44）第三节市场定位（46）单元测试题（48）单元测试题答案（49）第五单元产品策略（50）第一节产品整体与产品生命周期（50）第二节产品组合策略（54）第三节新产品开发策略（56）第四节产品服务策略（59）单元测试题（63）单元测试题答案（64）第六单元定价策略（65）第一节价格的概念（65）第二节定价原则与影响因素（66）第三节定价方法（68）第四节价格策略（70）单元测试题（73）单元测试题答案（74）第七单元分销渠道策略（75）第一节分销渠道的选择（75）第二节中间商的选择（78）第三节商品的实体分配（82）单元测试题（85）单元测试题答案（86）第八单元促销策略（87）第一节促销与促销组合（87）第二节广告促销策略（89）第三节销售促进（98）第四节人员推销（101）单元测试题（103）单元测试题答案（104）第九单元营销人员的素质与公共社交礼仪（105）第一节营销人员的素质、职责与职业道德（105）第二节营销人员的社交礼仪（108）第三节营销的公共关系（112）单元测试题（119）单元测试题答案（120）第十单元营销活动（121）第一节销售过程（121）第二节谈判要诀（128）第三节客户投诉处理（132）第四节追讨债款（135）第五节防范商务诈骗（138）第六节营销活动绩效考评（140）单元测试题（145）单元测试题答案（146）第十一单元市场调研、市场预测和营销策划（147）第一节市场调研（147）第二节市场预测（158）第三节营销策划（163）单元测试题（166）单元测试题答案（167）第十二单元营销计划的制定、实施与控制（168）第一节营销销售计划的内容和制定步骤（168）第二节确定销售目标的方法（171）第三节营销计划实施的组织（176）第四节营销控制（178）单元测试题（178）单元测试题答案（179）第十三单元电子商务（180）第一节电子计算机与电子商务概述（180）第二节企业电子商务的应用（190）单元测试题（205）单元测试题答案（206）第十四单元相关法律知识（207）第一节合同法（207）第二节消费者权益保护法（210）第三节反不正当竞争法（213）第四节商标法（216）第五节广告法（219）第六节票据法（220）单元测试题（223）单元测试题答案（224）知识考核模拟试卷（225）知识考核模拟试卷答案（231）技能考核模拟试卷（232）技能考核模拟试卷答案（234）

<<营销员（中级）>>

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>