

<<营销英语>>

图书基本信息

书名：<<营销英语>>

13位ISBN编号：9787560093529

10位ISBN编号：7560093523

出版时间：2010-3

出版时间：外语教学与研究出版社

作者：邹晓 编

页数：100

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;营销英语&gt;&gt;

## 前言

我国已日益成为经济全球化发展大趋势中不可缺少的一个重要组成部分，市场经济特征明显、发展迅速，社会对营销人才，尤其是懂双语的国际营销人才的需求十分旺盛。

根据科学的市场调查和预测，在今后相当长的一个时期，我国懂英文，能应用专业英语开展工作的营销人员严重缺乏。

因此，提高职业教育的教学质量，优化学生的知识结构，加强外语应用能力，成为当务之急。

为了适应这种需求，外语教学与研究出版社牵头组织一批具有丰富专业教学经验和企业工作经验的教师，以教育部颁布的《中等职业学校英语教学大纲（试行）》为指导，以新的《中等职业学校英语教学大纲》中的教学标准为依据，结合中等职业教学实践，编写了中等职业学校行业英语系列教材，《营销英语》就是该系列中很重要的一本。

《营销英语》分为学生用书和教师用书两册。

学生用书共有14个单元，每个单元围绕一个营销主题展开，包括：Special Terms，Text Study，Situational Dialogues和Tasks四个部分内容，其中练习贯穿整个单元。

生动易读的案例和情景会话是本书的最大特色。

本书结构严谨，营销理论和实践紧密结合，体现营销活动的整体性。

学生通过学习，能较为全面地掌握市场营销的知识体系，同时达到学以致用目的。

在各个教学环节的设计和编写上，编者务求体现本书是一本实践性教材，具有很强的实操性。

另外每个单元均配置切合主题、生动活泼的插图，以增强学习的趣味性。

《营销英语》教师用书包含学生用书的教学内容、教学建议、课文注释、语法知识系列介绍、营销案例分析、营销英语技巧、常用营销词汇、背景知识、练习参考答案和课文参考译文十个部分，供教师在教学中参考。

## &lt;&lt;营销英语&gt;&gt;

## 内容概要

“中等职业学校行业英语系列教材”是供中专、职业中学、技校高年级学生使用的一套开放式的专门用途英语系列教材，采用“任务型”编写模式，利用实际案例设计学习任务，以完成任务作为提高和巩固英语应用能力的方式。

本系列教材具有如下特色：

- 新颖：教学模式新颖，基于任务的教学模式适应职业教育需求
- 实用：选材实用性强，突出行业特色，重视实际操作训练
- 浅显：内容浅显易懂，起点适中，趣味性强
- 活泼：版式设计活泼，图文并茂，易于学习
- 齐全：教学资源配套齐全，提供教师用书、MP3光盘、PPT课件，方便教师授课

《中等职业学校行业英语系列教材：营销英语（教师用书）》面向中等职业学校营销类、经贸类相关专业高年级学生，内容涵盖营销基本知识、市场调查、营销战略、4P理论、公共关系、广告、展会、人员推销、网络营销、营销管理等营销学主要领域，《中等职业学校行业英语系列教材：营销英语（教师用书）》以营销业务为主线，融会话、案例分析、实操技能于一体，旨在帮助学生掌握营销专业基础英语，培养其在今后工作中运用英语进行实际营销活动的的能力。

书籍目录

理解营销营销环境营销调研STP战略产品策略定价策略渠道策略促销策略公共关系广告展会人员销售  
网络营销营销管理

## 章节摘录

市场细分、目标市场选择和市场定位 市场细分、目标市场选择和市场定位组成一个三阶段的过程。

为了使产品或服务能真正为需要它的个人或公司所用，市场营销人员首先要细分该市场，接着从中选择一个或几个细分市场，最后确定要服务的市场。

市场细分是要区分需求各异的消费者。

比如：汽车市场上，一些消费者要求速度和性能，有的更关注汽车宽广的空间和安全。

总之，你不可能面面俱到。

经验表明，公司专注于满足一个消费者群体的需求往往更有利可图。

一般来说，有三种目标市场选择策略： 1.无差异市场营销策略。

所有消费者被看作是一样的，厂商没有做出任何具体的努力去满足特定群体。

这种情况通常只适用于大宗商品。

2.密集型市场营销策略。

一个公司选择其中的一个细分的市场，而把其他的留给竞争对手。

例如：一些航空公司瞄准那些对价格敏感的消费者。

这些乘客为降低票价会预先订票并在登机前用餐。

3.相反，大多数的航空公司采用差异性市场营销策略。

他们把高价机票卖给那些随时需要飞行而又不能提前订票的顾客——这些人通常是商务客人删他们愿意支付高价机票，但这些人仍不足以填满机位。

航空公司就会把剩余的机位让给那些可以在两周前就预订机

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>