

<<推销理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<推销理论与实务>>

13位ISBN编号：9787561157121

10位ISBN编号：7561157126

出版时间：2010-10

出版时间：大连理工大学出版社

作者：王富祥 主编

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>

<<推销理论与实务>>

内容概要

《推销理论与实务》是新世纪应用型高等教育教材编审委员会组编的市场营销类课程规划教材之一。

推销是一门古老而又时兴的学科，自从有商品经济和市场竞争以来，就存在着商品推销。时至今日，企业仍然广泛地开展推销活动，并且随着市场经济和社会的发展，推销学也在不断地变化和发展。

如果从推销的一般意义上来看，每个人每天无不在进行着推销活动。所以，推销理论与实务是每一个人都需要学习和掌握的基本知识与技能。

根据目前大多数高校定位于应用型人才培养的现状，本教材把应用能力和实战技能训练作为重点来编写，在内容和体例安排上体现了以下特点：

1．以理论够用，注重技能的思路安排教材内容。

本教材在内容上分理论篇(推销与推销学、推销理论、推销人员)、技能篇(推销准备、寻找顾客、接近顾客、推销洽谈、顾客异议处理、促成交易、售后工作)、管理篇(推销人员管理、推销过程管理、推销绩效管理)三大部分，共十三章。

三部分以实务为主，相互支撑，构成有机统一的整体。

2．以培养学生的实战能力为目标，在体例安排上，每章先以案例导入，引出要介绍的内容；在内容里面穿插小案例、小资料及部分阅读材料；每章之后，附有小结、思考与练习。

3．尽可能采用新颖的材料、趣味性的案例，引入新的观念和成果，保持理论与实务各部分的前沿性。

<<推销理论与实务>>

书籍目录

理论篇

第一章 推销与推销学

第一节 推销概述

第二节 推销学的产生与发展

第三节 推销学的研究对象与研究方法

第二章 推销理论

第一节 顾客需求理论

第二节 推销方格与顾客方格理论

第三节 顾客接受理论

第四节 推销模式理论

第三章 推销人员

第一节 推销人员的素质

第二节 推销人员的职责

技能篇

第四章 推销准备

第一节 推销准备概述

第二节 推销方案准备

第三节 推销心理准备

第四节 推销物质准备

第五章 寻找顾客

第一节 寻找顾客的方法

第二节 顾客资格审查

第六章 接近顾客

第一节 约见顾客

第二节 拜访顾客

第三节 接近顾客

第七章 推销洽谈

第一节 推销洽谈概述

第二节 推销洽谈的方法

.....

管理篇

参考文献

<<推销理论与实务>>

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>