

<<现代推销学>>

图书基本信息

书名：<<现代推销学>>

13位ISBN编号：9787811389982

10位ISBN编号：7811389983

出版时间：2010-11

出版时间：西南财经大学出版社

作者：肖亮

页数：335

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>

<<现代推销学>>

内容概要

《现代推销学》是一门顺应我国经济发展的需要而产生的课程。

它明确提出了以满足顾客需求为中心进行推销活动这样一种现代推销学的核心概念，强调以顾客为中心，根据顾客的需要来组织推销活动，将顾客摆在首要的位置，使现代市场营销理念在推销活动中得到贯彻、体现。

本书按照教育部关于普通高等院校教育人才培养目标与规格的要求，立足于对学生营销创新能力和实践能力的培养，在认真总结本课程教学改革与实践经验的基础上，重新构建了本课程的结构体系；在充分吸收国内外有关本学科理论研究和推销实践的新成果与新材料的基础上，对现代推销的基本理论、基本原理、基本策略和基本方法进行了准确的阐述。

参加本书编写的教师均具有多年的专业教学经验，对本课程的结构体系及其适用内容有着较客观和深刻的认识。

<<现代推销学>>

书籍目录

1 现代推销概述 1.1 推销的内涵 1.2 推销的产生与发展 1.3 推销的原则 1.4 推销的职能与作用
1.5 推销学的特点、与相关学科的关系及学习方法2 推销过程与推销要素 2.1 推销的基本过程 2.2
推销人员 2.3 推销对象 2.4 推销品 2.5 推销信息3 推销礼仪 3.1 推销人员的个人形象及内涵 3.2
推销人员的仪表修饰 3.3 推销人员的仪容修饰 3.4 推销人员的行为举止 3.5 推销人员的其他礼
仪4 推销基本方式与理论 4.1 推销方式 4.2 推销方格理论 4.3 顾客方格理论 4.4 推销方格与顾
客方格的关系5 顾客购买心理与推销模式 5.1 顾客购买心理 5.2 爱达模式6 推销准备7
寻找和识别准顾客8 接近与约见顾客9 推销洽谈10 顾客异议的处理11 促成交易12 店面推销13
销售管理主要参考文献

<<现代推销学>>

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>