

<<现代推销学>>

图书基本信息

书名：<<现代推销学>>

13位ISBN编号：9787030144485

10位ISBN编号：7030144481

出版时间：2004-10-1

出版时间：科学出版社

作者：韩伟

页数：251

字数：308000

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

本书较系统地介绍了现代推销学的原理、方法与技巧、全书共九章，内容包括推销学概述、推销人员、推销理论、推销礼仪、顾客研究、推销对象的选择与接近、推销洽谈与异议处理、推销成交、推销管理等。

本书在编写过程中，吸收了现代推销管理的理论、实践成果，在注重系统性、理论性的同时，着重突出了操作性和实用性等，着力于培养学生综合能力和实际操作能力。

每章开始有明确的学习目的与要求，章尾有与本章内容相关的案例分析和练习题。

本书可供高等职业技术学校、高等专科学校和成人高等学校现代推销学课程教学使用，也可供从事营销工作的人员自学和培训使用。

<<现代推销学>>

书籍目录

第一章 推销学概述 第一节 推销 一 推销的定义 二 推销的特点 三 推销的作用
 第二节 推销学的产生与发展 第三节 现代推销学的研究对象与方法 一 现代推销学的研究对象
 二 现代推销学的研究内容 三 现代推销学的研究方法 第四节 现代推销学与相关学科
 的关系 一 推销学与市场营销学 二 推销学与商业广告学 三 推销学与公共关系学
 四 推销学与谈判学 本章练习题第二章 推销人员 第一节 推销人员的素质 一 推销人员
 的品德素质 二 推销人员应有的知识素质 三 推销人员应具备的心理素质 四 推销人员
 应具备的能力素质 五 推销人员应具备的身体素质 第二节 推销人员的职责 第三节 推销
 人员的自我培养和训练 一 知识积累的方法 二 注意力的培养 三 观察力的培养 四
 记忆力的培养与训练 五 性格、勇气的培养与训练 六 创造能力的培养 本章案例分析
 本章练习题第三章 推销理论 第一节 推销方格理论 一 推销方格 二 顾客方格 第二节
 推销模式理论 一 爱达推销模式第四章 推销礼仪第五章 顾客研究第六章 推销对
 象的选择与接近第七章 推销成交第八章 推销管理主要参考文献

<<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>