

<<推销与谈判>>

图书基本信息

书名：<<推销与谈判>>

13位ISBN编号：9787560842073

10位ISBN编号：7560842070

出版时间：2012-3

出版时间：同济大学出版社

作者：张迺英 编

页数：464

字数：406000

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>

<<推销与谈判>>

内容概要

《推销与谈判》初版已有九个年头了。

在这九年里，中国经济的发展可以说是举世瞩目、令人振奋。

即使在由美国次贷危机引发的全球经济衰退的形势下，中国经济也不可否认地成为全球聚焦的亮点。中国经济的高速发展，市场的不断开拓，产品的丰富和升级，不仅使推销谈判的理论和实践不断系统并深化，也使企业对有关这方面的人力资源需求量大大超过了以往任何时候。

因而，有必要对现有教材进行修改，以满足广大读者的需求。

本书作者在保持本书第一版精华的基础上，通过查阅大量资料、听取读者意见、征询专家观点等系列工作后，对本书的体系及各章内容作了适当的调整和修改，并对教材涉及的全部案例进行了有效的筛选。

在编排体系中，除了对各章节内容进行修订外，还在推销篇中增加了“直销”内容，谈判篇中增加了“谈判礼仪”和“谈判风格”内容。

在案例的编制中，本着重现实、重经典、重实用的原则，删减了第一版大部分的案例，补充了适合新内容和新体系的案例，使新版教材突出理论的系统性、案例的新颖性、实务的可行性等特点。

本书从拟订大纲、修改直至统稿由张遁英完成。

在修订过程中，我的学生曹静静、唐丹丹、沈佳曦、笄祖秀、上海理工大学管理学院学生朱元恺、上海应用技术学院学生顾理浩为本书资料的收集和整理付出了辛勤的劳动。

同时，本书修订中还参阅了众多专家学者的有关文献资料，在此一并表示感谢。

<<推销与谈判>>

书籍目录

推销篇

第一章 推销概述

第一节 推销的产生及其发展

- 一、我国推销活动的由来
- 二、国外推销活动的产生与发展
- 三、推销观念的演变

第二节 推销的含义

- 一、什么是推销
- 二、推销的特点
- 三、推销的作用

第三节 推销活动的分类

- 一、按流通环节划分
- 二、按推销的具体做法划分

案例分析：奥康引领鞋业推销新模式

案例问题讨论

本章思考题

.....

谈判篇

参考文献

<<推销与谈判>>

章节摘录

<<推销与谈判>>

编辑推荐

《推销与谈判(第2版)》适合管理类专业学生作为课程用书，也可作为企业培训用书。

<<推销与谈判>>

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>