

<<市场营销与商品学实验教程>>

图书基本信息

书名：<<市场营销与商品学实验教程>>

13位ISBN编号：9787561831786

10位ISBN编号：7561831781

出版时间：2009-9

出版时间：天津大学出版社

作者：胡旺盛，李传荣 主编

页数：271

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>

## <<市场营销与商品学实验教程>>

### 内容概要

随着高等教育改革的不断深入,以“宽口径、厚基础、强能力、求创新”为取向,以“知识、能力、素质协调发展”为目标的高等教育改革大方向业已形成。

转变教育教学思想观念,改革人才培养模式,着力加强学生实践能力和创新精神培养已成为新一轮高等教育教学改革的重点和难点,知识来源于实践,实践出真知。

注重理论与实践的有机结合,着力培养高素质应用型高级专门人才是我国高等教育的基本任务之一。

因此,从教学的基本形态看,理论教学与实践教学是构成高校教学活动的“两翼”,缺一不可,在人才培养过程中发挥着不可替代的重要作用。

实验是实践的基本表现形式,实验教学是实践教学的重要内容,是培养学生实践能力和创新思维能力不可或缺的重要环节。

长期以来,由于受传统文化思想的影响,“坐而论道”成为我国高等财经类专业教学的主要形态,重理论轻实践的倾向显在,从而对高校财经类实验室建设与实验教学产生抑制作用。

随着现代信息技术的飞速发展,特别是在专业教学软件开发日益成熟的条件下,高校财经类实验室建设得到快速发展,实验教学活动由简到繁,从单一到多元,并逐步形成了验证性、模拟性、综合性及设计性等多层次的实验教学体系,实验教学手段日趋多样,实验教学内容日益丰富,实验教学质量得到大幅提升。

实验教学是学生将理论知识有效运用到社会实践的桥梁,是巩固、贯通、创新所学知识的重要手段。

实验教学的理论基础来源于建构主义。

建构主义学习理论是对传统学习理论的修正和拓展,并对现代教育教学理念的更新以及高等财经类专业教学模式的改革和创新产生积极的影响。

建构主义理论强调在真实的情景中建构知识意义,即为学习者建构意义创造必要的学习环境和条件,让学习者步入真实的环境中去感受和体验,从而学会解决实际问题,提高学习者的动手能力和创新思维能力。

实践证明,实验室成为创造这种学习环境和条件的最佳选择之一,尤其是在计算机和网络通信技术得到广泛应用的环境下,为高等财经类专业实验教学的发展提供了良好条件。

然而,由于我国财经类高校开展实验教学的时间相对较短,实践经验相对不足,客观上还存在着一些困惑和欠缺,这其中,因实验教材选用困难而导致“无书教学”现象长期存在,并在一定程度上影响了实验教学效果。

## <<市场营销与商品学实验教程>>

### 书籍目录

场营销实验 第1章 学生经营模拟实验 1.1 实验目的、内容、课时和准备 1.2 实验原理 1.3 实验步骤 1.4 实验记录要求 第2章 营销策略设计实验 2.1 实验目的、内容、课时和准备 2.2 实验原理 2.3 实验步骤 2.4 实验记录要求 第3章 网络市场调研实验 3.1 实验目的、内容、课时和准备 3.2 实验原理 3.3 实验步骤 3.4 实验记录要求 第4章 网络营销常用工具与方法实验 4.1 实验目的、内容、课时和准备 4.2 实验原理 4.3 实验步骤 4.4 实验记录要求 第5章 网络营销站点建设实验 5.1 实验目的、内容、课时和准备 5.2 实验原理 5.3 实验步骤 5.4 实验记录要求 第6章 企业网站诊断实验 6.1 实验目的、内容、课时和准备 6.2 实验原理 6.3 实验步骤 6.4 实验记录要求 第7章 搜索引擎优化实验 7.1 实验目的、内容、课时和准备 7.2 实验原理 7.3 实验步骤 7.4 实验记录要求 第8章 搜索引擎营销实验 8.1 实验目的、内容、课时和准备 8.2 实验原理 8.3 实验步骤 8.4 实验记录要求 第9章 许可电子邮件营销实验 9.1 实验目的、内容、课时和准备 9.2 实验原理 9.3 实验步骤 9.4 实验记录要求 第10章 RSS与博客营销实验 10.1 实验目的、内容、课时和准备 10.2 实验原理 10.3 实验步骤 10.4 实验记录要求 第11章 网络广告实验 11.1 实验目的、内容、课时和准备 11.2 实验原理 11.3 实验步骤 11.4 实验记录要求 第12章 网络会员制营销实验 12.1 实验目的、内容、课时和准备 12.2 实验原理 12.3 实验步骤 12.4 实验记录要求 商品学实验 第13章 商品质量感官评审 第14章 商品质量理化检验 第15章 商品的成分分析 第16章 商品中的水分分析 第17章 果蔬成熟度分析 第18章 纺织品原料分析 第19章 织物结构分析 第20章 常用塑料品种认识及制品原料鉴别 第21章 商品储存环境温度和湿度测定参考文献后记

<<市场营销与商品学实验教程>>

编辑推荐

企业经营模拟实验    策略设计    网络市场调研实验    网络营销常用工具与方法实验

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>