

## <<市场通用文书写作>>

### 图书基本信息

书名：<<市场通用文书写作>>

13位ISBN编号：9787810689434

10位ISBN编号：7810689436

出版时间：2005-4

出版单位：云南大学出版社

作者：彭湘玲/尹雯编

页数：352

字数：302000

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>

## <<市场通用文书写作>>

### 内容概要

《市场通用文书写作》分为市场管理类文书、市场调查类文书、市场营销计划类文书、产品销售类文书、购销合同类文书和营销常用表格6个部分，共50个文种、58种常用表格和55篇优秀例文。是一本市场营销变革时期，推荐给从事工商企业营销管理工作、营销从业人员参阅的一本操作性较强的工具书，也是一本企业管理人员对部属进行全面系统培训的实用性教材。

随着世界经济一体化进程的加速，商业竞争的全球化特征越来越明显。

“与世界同步”“同国际接轨”，是中国工商管理业界的革新目标。

实现这一目标的核心要务，就是市场模式的标准化和经营管理的规范化，这是任何商业行为的蓝图规划和实施准则，因而规范的市场文书写作，是新型工商管理者和执行者的必修课程。

## <<市场通用文书写作>>

### 书籍目录

第一章 市场管理类文书 第一节 公司销售管理制度 第二节 代理店管理制度 第三节 客户管理办法 第四节 连锁店管理制度 第五节 应收账款管理制度 第六节 售后服务管理方法 第七节 人事管理制度 第八节 特约店管理 第九节 营业管理办法 第十节 客户名簿客理制度 第十一节 代理体制建设方案 第十二节 营销终端管理规则 第十三节 企业零售商管理办法 第十四节 批发商客理办法 第十五节 客户投诉处理方案 第十六节 销售经理管理手册第二章 市场调查类文书 第一节 市场调查报告书 第二节 市场调查问卷 第三节 新产品市场开拓计划书 第四节 竞争对手调查制度 第五节 行销评估第三章 市场营销计划类文书 第一节 商业计划书 第二节 促销计划书 第三节 营销策划书 第四节 广告策划书 第五节 经营计划管理工作制度 第六节 销售计划管理制度 第七节 销售促进计划第四章 产品销售类文书 第一节 销售员标准作业手册 第二节 销售人员奖惩与考核制度 第三节 企业营销业务奖励办法 第四节 销售事务处理指南 第五节 销售模式方案 第六节 营销绩效管理与薪酬分配方法 第七节 营销业务部运作规程 第八节 业务员推销手册 第九节 营业员工作指引 第十节 营销产品推介书 第十一节 销售业务员职位说明书第五章 购销合同类文书.....第六章 营销常用表格

## <<市场通用文书写作>>

### 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>