

<<现代营销礼仪>>

图书基本信息

书名：<<现代营销礼仪>>

13位ISBN编号：9787810849470

10位ISBN编号：7810849476

出版时间：2006-12

出版时间：东北财经大学出版社

作者：刘小清

页数：214

字数：289000

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>

<<现代营销礼仪>>

内容概要

本书是高职高专教育市场营销专业教材新系之一，是一部关于营销礼仪理论的实用教材。全书内容涉及营销与礼仪、企业形象礼仪、企业公众关系礼仪、营销人员礼仪、行业礼仪、营销组合礼仪、营销活动礼仪、涉外营销礼仪等，以能力为本位，兼顾知识讲授、技能训练和能力培养。教材各章的内容、学习目标与章后习题的功能类型及设计要求与这三者相互对应。着眼于“产学结合型”教育所要求的“双证沟通”，在强化专业知识教学和基本技能训练的同时，加大了案例化教学程度，增加了实训内容。本书适合高校相关专业学生学习。

<<现代营销礼仪>>

书籍目录

第1章 营销与礼仪 学习目标 1.1 礼仪概述 1.2 营销礼仪 1.3 营销礼仪在新领域的发展 本章小结
主要概念和观念 基本训练 观念应用第2章 企业形象礼仪 学习目标 2.1 企业形象礼仪的概念
2.2 企业形象礼仪的营销意义 2.3 企业形象礼仪的最新发展 本章小结 主要概念和观念 基
本训练 观念应用第3章 企业公众关系礼仪 学习目标 3.1 企业公众关系概述 3.2 政府关系礼仪
3.3 新闻媒介关系礼仪 3.4 社区关系礼仪 3.5 竞争者关系礼仪 本章小结 主要概念和观念 基本
训练 观念应用第4章 营销人员礼仪 学习目标 4.1 营销人员礼仪的概念 4.2 营销人员礼仪的分类
4.3 推销人员礼仪 4.4 培养营销人员礼仪的途径和策略 本章小结 主要概念和观念 基本训练
观念应用第5章 行业礼仪 学习目标 5.1 公司礼仪 5.2 金融保险业礼仪 5.3 旅游服务业礼仪 5.4 学
校医院礼仪 本章小结 主要概念和观念 基本训练 观念应用第6章 营销组合礼仪 学习目标 6.1
产品礼仪 6.2 价格礼仪 6.3 分销礼仪 6.4 促销礼仪 本章小结 主要概念和观念 基本训练 观念
应用第7章 营销活动礼仪 学习目标 7.1 谈判礼仪 7.2 会议礼仪 7.3 仪式礼仪 本章小结 主要概
念和观念 基本训练 观念应用第8章 涉外营销礼仪 学习目标 8.1 涉外营销礼仪基础 8.2 涉外接
待礼仪 8.3 涉外营销礼仪 本章小结 主要概念和观念 基本训练 观念应用综合案例综合实训主要
参考书目

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>