

《推销理论与实务》

图书基本信息

书名：《推销理论与实务》

13位ISBN编号：9787122157706

10位ISBN编号：7122157709

出版时间：2013-1

出版社：化学工业出版社

页数：201

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《推销理论与实务》

内容概要

《推销理论与实务(第2版)》以“典型工作任务”为载体，以完成工作任务的顺序和过程为原则选取、序化教材内容，共设置了6个学习任务，分别是任务1（含三个子任务）：认识推销及推销职业；任务2（含三个子任务）：接近顾客；任务3（含五个子任务）：推销洽谈；任务4（含两个子任务）：处理顾客异议；任务5（含三个子任务）：推销成交；任务6（含三个子任务）：推销管理。共包括19个子任务，每个子任务的完成通过相关资讯、决策与计划、任务实施、检查评估与反馈四个步骤完成。任务完成过程体现了“教、学、做”一体化的教学思路，以学生职业素质养成为目标。

《推销理论与实务(第2版)》精心编排了导入案例、名家观点、销售精英经验谈、同步案例、知识链接等内容，方便学习者从不同角度理解推销理念。巩固与提高及自测题部分，主要目的是锻炼学习者的创新思维与分析解决问题的能力，培养、考查学习者对推销理论与技巧的运用。推销人员面对的顾客有两类：个人顾客和组织顾客，其中组织类客户有其独有的特点，《推销理论与实务(第2版)》特别注重了对组织类客户的分析并精心选择了相关的案例。

《推销理论与实务(第2版)》适合高职高专类院校市场营销及相关专业学生使用，也可用于企业销售业务人员培训使用。

《推销理论与实务》

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：www.tushu000.com