

# 《电子电器产品营销实务》

## 图书基本信息

书名：《电子电器产品营销实务》

13位ISBN编号：9787115189066

10位ISBN编号：7115189064

出版时间：2008-12

出版社：人民邮电出版社

页数：169

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](http://www.tushu000.com)

# 《电子电器产品营销实务》

## 前言

《国务院关于大力发展职业教育的决定》指出“职业院校要根据市场和社会需要，不断更新教学内容，合理调整专业结构，大力发展面向新兴产业和现代服务业的专业，大力推进精品专业、精品课程和教材建设”，这不仅给职业院校的办学，同时也为我们开发职业教育教材指明了前进的方向。

我们以为，从知识本位到能力本位是中职教育发展的趋势，“以能力为本位”的教学目标必然促使传统教材改革与其不相适应的部分。本系列教材是我们立足国内实际，借鉴国外“以能力为本位”、“基于工作过程”等开发教材的先进理念的一次实践。新编教材忠实贯彻了“以就业为导向”的指导思想，克服了“过多强调学科性”及“盲目攀高升格”的倾向，重视知识、技能传授的宏观设计及整体效果，改变了中职教材在原学科体系基础上加加减减的编写方法。与当今市面上的同类教材相比，本系列教材的主要特点如下。

(1) 教材结构“模块化”。一个模块一个知识点，重点突出，主题鲜明。

(2) 教材内容“弹性化”。适应“生源”水平的差异和订单式职业教育的不同需求。

(3) 教学内容“本体化”。教材内容不刻意向其他学科扩展，追求系列教材的组合效应。

(4) 合理控制教学成本。针对中职教育投资不足的现状，本系列教材要求作者对每一个技能实训的成本做出估算，以控制教学成本。

(5) 针对目前中职学生的认知特点，本系列教材强调图文并茂、直观明了、便于自学，充分体现“以学生为本”的教学思想。

总之，本系列教材的出版价值不仅在于它贯彻了国家教育部对于中等职业教育的改革思想，而且与当前就业单位“招聘的人能立即上岗”的要求合拍，并为学生毕业后在电工电子类专业间转岗奠定了最基本的知识和技能基础。同时其新（新思想、新技术、新面貌）、实（贴近实际、体现应用）、简（文字简洁、风格明快）的编写风格令人耳目一新。

# 《电子电器产品营销实务》

## 内容概要

《电子电器产品营销实务》以就业为导向，基于工作过程，以十几种电子电器产品的营销为载体，将市场营销理论和营销导购实务有重点地分散并有机地融入到各产品的营销工作任务中。书中对各种电子电器产品的卖点或趋势进行了简单的归纳，并将每一产品售卖过程中若干营销技巧改编为案例，还链接了产品的结构、性能、原理、分类、标识、使用方法、维护事项和故障判断等基本知识。《电子电器产品营销实务》以模块式的结构编排，从产品的角度来谈营销，内容紧密结合营销岗位实际。

# 《电子电器产品营销实务》

## 书籍目录

任务一 组合音响营销第一部分 教学组织一、目的要求二、教学节奏与方式第二部分 教学内容一、组合音响的产品趋势二、营销理论之一：市场营销的核心概念三、营销实务之一：营销导购概述第三部分 案例讨论一、案例二、讨论第四部分 知识链接一、组合音响的构成二、组合音响的各部分功能三、组合音响的使用维护方法任务二 DVD播放机营销第一部分 教学组织一、目的要求二、教学节奏与方式第二部分 教学内容一、DVD机的产品卖点二、营销理论之二：目标市场营销战略三、营销实务之二：营销导购人员了解岗位第三部分 案例讨论一、案例二、讨论第四部分 知识链接一、DVD播放机的工作原理二、DVD播放机的典型特征三、DVD播放机的使用维护方法四、DVD播放机和彩电的匹配任务三 电视机营销第一部分 教学组织一、目的要求二、教学节奏与方式第二部分 教学内容一、彩电的产品卖点二、营销理论之二：消费者的购买心理分析三、营销实务之三：营销导购人员了解顾客第三部分 案例讨论一、案例二、讨论第四部分 知识链接一、彩色电视机的种类及特点二、彩色电视机的成像原理三、彩色电视机的使用维护方法四、彩色电视机非故障与故障判断常识任务四 空调器营销第一部分 教学组织一、目的要求二、教学节奏与方式第二部分 教学内容一、空调器的产品卖点二、营销理论之四：价格策略三、营销实务之四：营销导购人员接待顾客第三部分 案例讨论一、案例二、讨论第四部分 知识链接一、家用空调器的功能二、家用空调器的种类三、空调器的型号命名四、家用空调器的使用维护方法任务五 电冰箱营销第一部分 教学组织一、目的要求二、教学节奏与方式第二部分 教学内容一、电冰箱的产品卖点二、营销理论之五：产品策略三、营销实务之五：营销导购人员了解产品第三部分 案例讨论一、案例二、讨论第四部分 知识链接一、电冰箱的基本结构与工作原理二、电冰箱的分类三、电冰箱的规格型号四、电冰箱的使用维护方法任务六 洗衣机营销第一部分 教学组织一、目的要求二、教学节奏与方式第二部分 教学内容一、洗衣机的产品卖点二、营销理论之六：产品策略三、营销实务之六：营销导购人员介绍产品第三部分 案例讨论一、案例二、讨论第四部分 知识链接一、洗衣机种类及特点二、洗衣机型号及含义三、洗衣机的主要标识四、洗衣机的大小选择五、洗衣机的使用维护方法任务七 热水器营销第一部分 教学组织一、目的要求二、教学节奏与方式第二部分 教学内容一、热水器的产品卖点二、营销理论之七：市场营销的环境因素三、营销实务之七：营销导购人员有效倾听第三部分 案例讨论一、案例二、讨论第四部分 知识链接一、燃气热水器的基本结构二、燃气热水器的工作原理三、燃气热水器的分类及表示四、燃气热水器的使用维护方法五、燃气热水器的常见故障排除任务八 微波炉营销第一部分 教学组织一、目的要求二、教学节奏与方式第二部分 教学内容一、微波炉的产品卖点二、营销理论之八：分销策略三、营销实务之八：营销导购人员有效提问第三部分 案例讨论一、案例二、讨论第四部分 知识链接一、微波炉的基本结构及工作原理二、微波炉的基本功能三、微波炉的使用维护方法任务九 电饭煲营销第一部分 教学组织一、目的要求二、教学节奏与方式第二部分 教学内容一、电饭煲的产品趋势二、营销理论之九：促销策略三、营销实务之九：营销导购人员说明与展示产品第三部分 案例讨论一、案例二、讨论第四部分 知识链接一、电饭煲的工作原理二、电饭煲的结构性能三、电饭煲的分类特点四、电饭煲的使用维护方法五、电饭煲的常见故障排除任务十 电脑营销第一部分 教学组织一、目的要求二、教学节奏与方式第二部分 教学内容一、电脑的产品卖点二、营销理论之十：促销策略三、营销实务之十：营销导购人员促成交易第三部分 案例讨论一、案例二、讨论第四部分 知识链接一、电脑的构成与原理二、电脑的使用维护方法三、国际著名的电脑制造商任务十一 手机营销第一部分 教学组织一、目的要求二、教学节奏与方式第二部分 教学内容一、手机产品的趋势二、营销理论之十一：促销策略三、营销实务之十一：营销导购人员处理异议第三部分 案例讨论一、案例二、讨论第四部分 知识链接一、手机的简介二、手机的类型三、手机的使用维护方法四、手机常见故障排除方法任务十二 数码产品营销第一部分 教学组织一、目的要求二、教学节奏与方式第二部分 教学内容一、数码产品的趋势二、营销理论之十二：市场营销的新发展三、营销实务之十二：营销导购人员处理投诉第三部分 案例讨论一、案例二、讨论第四部分 知识链接一、数码产品的简介二、数码产品的使用维护方法三、最新十大数码产品简介参考文献

## 章节摘录

任务一 组合音响营销 第二部分 教学内容 一、组合音响的产品趋势 20世纪90年代以后，音响产品迅速进入寻常百姓家。经历了一段时间的快速发展后，近年音响产品市场上出现增速放缓的迹象。经过多年的市场竞争和发展，中国的音响市场理箭了许多。音响行业的整合在不断加快，音响市场的目标消费群呈现出多向分流的趋势，时下的音响消费已经注入了更多的时尚元互，个性化消费更趋明明显。

# 《电子电器产品营销实务》

## 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](http://www.tushu000.com)