

<<市场营销英语>>

图书基本信息

书名：<<市场营销英语>>

13位ISBN编号：9787302031918

10位ISBN编号：7302031916

出版时间：1998-11

出版时间：清华大学出版社

作者：Maggie-Jo

页数：116

字数：175000

译者：卢福林/等

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>

<<市场营销英语>>

内容概要

这是从国外引进的一本市场营销专业英语教程。
全书8单元，25篇课文，内容几乎覆盖了市场营销所有基本环节。
第单元包括课文、练习、练习答案。
书后附参考译文和生词表。
配套原声录音带供读者跳读或粗读完成后泛听，或全课练习做完后精听。

本书内容丰富、语言风格异、练习设置全篇，适合作为大学公共英语高年级英语阅读的教材，也可以作为财经类专业课基础教材，同时方便英语学习者自学。

书籍目录

Unit 1 Marketing concepts Text 1.1 What is marketing? Text 1.2 Exchange relationships Text 1.3 Marketing is good for you: revival in the fortunes of Scotch whisky
 Unit 2 Products Text 2.1 Give benefits not products Text 2.2 Matching products and markets Text 2.3 Branding
 Unit 3 Place Text 3.1 Placing goods in the market place Text 3.2 How shelf space made Ecover Text 3.3 Fast food
 Unit 4 Promotion Text 4.1 The promotion mix Text 4.2 Premier seeks a premium
 Unit 5 Pricing Text 5.1 Is price all that matters? Text 5.2 Setting the price Text 5.3 How price signals product quality Text 5.4 Price goes by many names
 Unit 6 Marketing services Text 6.1 The nature and characteristics of services Text 6.2 V & A refreshes the arts Text 6.3 Person marketing
 Unit 7 International marketing Text 7.1 Breaking into an unreceptive market Text 7.2 The world's champion marketers: the Japanese? Text 7.3 Heinzight
 Unit 8 Marketing and society Text 8.1 Societal marketing Text 8.2 Old cars get a new lease of life Text 8.3 Reincarnation in the design studio Text 8.4 No smoke without brand fire

Answer Key 参考译文 课文1.1 什么是市场营销 课文1.2 交换关系 课文2.1 提供的是利益而不是产品 课文2.2 使产品与市场相对应 课文2.3 品牌化 课文3.1 在市场所在地销售商品 课文4.1 促销组合 课文5.1 价格是最要紧的吗? 课文5.2 定价 课文5.3 价格如何标志产品质量 课文5.4 价格一词有许多称谓 课文6.1 服务的本质和特性 课文6.2 人的市场营销 课文7.1 打入一个不被接受的市场 课文7.2 世界市场营销的佼佼者, 是日本人吗? 课文8.1 社会营销生词表

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>