

<<高职高专毕业综合实践指导>>

图书基本信息

书名：<<高职高专毕业综合实践指导>>

13位ISBN编号：9787308078023

10位ISBN编号：7308078027

出版时间：2010-6

出版时间：浙江大学出版社

作者：包锦阳 编

页数：277

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>

## <<高职高专毕业综合实践指导>>

### 内容概要

高职高专毕业综合实践教学环节，是教学计划中十分重要的实践性、综合性工作，也是常规教学与形成职业能力之间的桥梁和纽带，对于实现高技能人才培养目标具有重要意义。

编写本书的目的：一是加强教学指导，重视过程规范；二是加强写作指导，重视结果规范；三是提供范文，作为学习参考。

## &lt;&lt;高职高专毕业综合实践指导&gt;&gt;

## 书籍目录

项目一 教学指导 任务一 规范毕业综合实践工作 一、明确目标 二、组织分工 三、安排进程 四、顶岗实习 五、选好课题 六、成果形式 七、毕业答辩 八、评定成绩 九、监控质量 十、管理档案 十一、对指导教师的要求 十二、对学生的要求 任务二 规范毕业综合实践材料 一、毕业顶岗实习手册 二、毕业设计(论文)文本材料 三、毕业设计(论文)过程材料 四、毕业综合实践管理材料 任务三 介绍毕业综合实践管理平台 一、项目背景 二、模式改革 三、软件结构 四、软件演示 五、拓展功能 项目二 写作指导 任务一 认识毕业设计(论文)写作 一、论文设计(论文)的性质 二、毕业设计(论文)的特点 三、毕业设计(论文)的选题 四、毕业设计(论文)的材料 五、毕业设计(论文)的写作过程 任务二 学会毕业设计写作 一、毕业设计的性质 二、毕业设计的特点 三、毕业设计的分类 四、毕业设计的格式 五、毕业设计的写作要求 六、毕业设计实例评析 任务三 学会毕业论文写作 一、毕业论文的性质 二、毕业论文的特点 三、毕业论文的分类 四、毕业论文的格式 五、毕业论文的写作要求 六、毕业论文实例评析 任务四 学会实习报告写作 一、实习报告的性质 二、实习报告的特点 三、实习报告的分类 四、实习报告的格式 五、实习报告的写作要求 六、实习报告实例评析 项目三 范文展示 任务一 生产、建设类设计 一、500W电动车新型差速减速器设计 二、基于AT89S52液晶显示电子钟的设计与制作 三、电热片用蚊香器(上盖)注塑模设计与制作 四、手动弹簧按压旋转打蛋器设计 五、台州科技职业学院机电工程系网站设计与制作 六、CK香水宣传册制作方案设计与制作 任务二 服务、管理类设计 一、丽水畲乡特色旅游线路设计 二、浪漫满屋服装店营销策划书 三、嘉善世博大酒店2009年情人节晚宴活动方案设计 四、宁波市中心公园管理处“义工在行动”活动方案设计 五、企业会计处理优化方案设计 六、RX公司货币资金管理优化方案设计 任务三 生产、建设类论文 一、0.028%农丰灵防治草莓白粉病药效试验 二、焦化废水中难降解有机物处理试验研究 三、浙江地区1861例疑似NGU患者支原体培养及药敏分析 四、分光光度法测定蔬菜中亚硝酸盐含量 五、杭州市临平副城城区交通噪声污染状况剖析 六、现浇楼板裂缝产生的原因及控制措施 任务四 服务、管理类论文 一、对企业销售过程中税务筹划的探讨——以浙江银泰百货(金华)有限公司为例 二、浙江德利赛公司业务发展策略分析 三、杭州物美超市管理中存在的问题与对策分析 四、浅谈如何做好地方时政新闻采访工作——以台州电视台“台州新闻”栏目为例 五、现代民营企业秘书工作情况的调查 六、温州黎明街道社区文化工作的调查报告参考文献后记

## 章节摘录

## (1) 低价渗透策略。

作为一名经营者,无论采取什么样的定价策略,最终目的都是赚钱,因此价格的制定必须是以成本为基础,不可能低于成本去销售,所以要保持价格竞争的优势,就要在进货环节节省成本,可以采取大批量直接采购,减少中间环节,争取厂家让利等措施,千方百计降低成本,实行薄利多销,以低价来吸引消费者。

## (2) 以盈补缺策略。

先以低价吸引顾客购买打折货,同时劝消费者购买新产品来获利。

## (3) 季节折扣策略。

根据产品淡旺季和消费者购买的时间、数量,来决定是否给予折扣,以及折扣多少的定价策略。

在淡季时,可以推出许多“换季大甩卖”活动。

这种定价方法不仅可以吸引消费者,还可以有效调节淡季客流过少等情况,使店面人气增加。

## (4) 心理定价策略。

针对女性消费者一般比较爱贪便宜的心理,利用心理定价策略,会给人以该商店价格在整体上较低的印象,从而达到吸引并留住顾客的目的。

## (5) 其他。

了解消费者的消费心理,在商品调价时,用红笔把原来的印刷价涂掉,旁边用黄色手写上新的价格,其实它也是利用顾客心理定价的一种策略。

首先,原标价是印刷的数字,往往给人一种权威定价的感觉。

而手写的新价,会使顾客感到便宜。

其次,黄色给人一种特别廉价的感觉,用黄笔标上新价钱,让顾客看起来很有诱惑力。

**2.定价方法** 浪漫满屋服装店是一个流行趋势很强的店,因此应当根据消费者的认知、需求程度和对价格的承受能力来定价,如可以根据理解价格定价法,根据消费者的价值观念来定价,由于消费者总是喜欢选购既能满足消费需要,又符合其支付标准的商品,所以应利用消费者自身对商品的理解的相对价格来定价。

因此,服装店的基本定价情况是:夏季上衣的价位在28~88元,秋季上衣价位在38~98元;冬季上衣价格48~148元;牛仔裤的价位在58~128元。

当然由于浪漫满屋服装店不是品牌店,在价格方面的灵活性很高,定价方面也要根据当时的进货成本及其相关费用等因素来决定。

**(三) 市场推广策略** 在现今激烈竞争的服装销售环境中,相对而言更重要的是与顾客及潜在顾客的沟通。

为了吸引目标消费者的目光,我们必须不断地与顾客沟通,向顾客提供商店地点、商品、服务和价格方面的信息。

通过影响顾客的态度与偏好说服顾客光顾商店,从而购买商品,使顾客对商店形成良好的印象。

除了通过经营者所提供的商品带给消费者的感觉外,宣传与促销活动更是经营者在争取消费者认知与印象的重要策略。

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>