

<<普通话训练教程>>

图书基本信息

书名：<<普通话训练教程>>

13位ISBN编号：9787810798037

10位ISBN编号：7810798030

出版时间：2007-1

出版时间：广东暨南大学

作者：马显彬

页数：244

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>

<<普通话训练教程>>

内容概要

《普通话训练教程》是供普通话教学使用的教科书，由经验丰富的从事普通话教学的国家级测试员联合编写。

我国方言复杂，学习普通话也各有所侧重。

但是，普通话本身是具有统一标准的，因此，编写一部全国通用的普通话教材是可行的。

当然，在纠正方音的时候需要与自身的方言相结合。

《普通话训练教程》的词语用例全部出自《普通话水平测试实施纲要》，短文的训练都摘自60篇朗读作品，将60篇考试作品贯穿在教学内容当中。

将大纲中的17041个词语输入电脑，提取各种语音材料，制作了《普通话水平测试用字声序字表》等，掌握了这些字，也就掌握了近两万个词语的读音。

<<普通话训练教程>>

书籍目录

前言普通话绪论一、大力推广普通话二、普通话水平测试等级标准三、普通话水平测试大纲附录一 普通话水平测试管理规定附录二 普通话水平测试样卷第一单元 普通话声母一、声母二、声母发音三、声母辨正四、声母训练附录一 发音器官与普通话声母发音图附录二 普通话水平测试用字声序字表第二单元 普通话韵母一、韵母二、韵母发音三、韵母辨正四、韵母训练附录一 普通话韵母发音图附录二 普通话水平测试用字韵序字表第三单元 普通话声调一、声调二、声调发音三、声调辨正四、声调训练附录 普通话水平测试用字入声字表第四单元 普通话音变一、轻重音二、轻声三、儿化四、变调五、“啊”的音变六、音变训练附录一 普通话水平测试用轻声词表附录二 普通话水平测试用儿化词表附录三 普通话水平测试用次轻音词表第五单元 综合训练一、测试模拟训练二、诗文朗读训练三、绕口令训练第六单元 短文朗读训练普通话水平测试用朗读作品第七单元 说话训练普通话水平测试用话题附录一、汉语拼音方案二、普通话音节表三、汉语拼音正词法基本规则

<<普通话训练教程>>

章节摘录

本章选取了5个案例。

案例1-1讲述了某制鞋企业海岛营销的决策过程。

从案例解读中，我们可以看到不同的人对市场的看法不同，不同的人对营销的理解也完全不同，以及作为营销者应如何理解市场和营销。

案例1-2讲述了福特公司发展历程中的几次重大成功和失败事件。

在案例解读中我们详尽地分析了这些成功和失败与营销观念的内在联系，通过此案例也可以加强学生对营销观念演进的感性认识。

案例1-3讲述了健力宝公司在成立初期通过利用各种营销手段获得了飞速发展，但达到顶峰后却迅速走向低谷的过程，希望学员通过对本案例的讨论分析明确营销观念的本质。

案例1-4讲述了作为百年老字号的同仁堂如何成功地进行营销观念的转向，希望学员通过对本案例的讨论分析了解企业如何向现代营销观念转变。

案例1-5讲述了瑞士最大的超级市场米格雷斯是如何实施绿色营销的，希望学员通过对该案例的讨论分析理解社会性营销观念。

什么是市场营销？

不同的人对市场的看法不同，对营销的理解也就不同。

我们可从五个层面考察市场的含义，它们是：场所论，购买者论，买方、卖方、竞争者的集合论，利益相关者集合论，交换关系论。

营销与推销、销售概念完全不同，这一点从案例解读中可以明确。

市场营销不仅是一种经营职能，更重要的是一种经营哲学。

作为一种职能，我们需要研究营销全过程要干什么；作为一种哲学，则需要研究营销全过程是以什么观念为指导，在此观念指导下又是如何开展营销活动的。

市场营销观念的演进经历了以下几个阶段：以生产为中心的生产观念阶段，生产观念认为：消费者喜爱那些可以随处得到的、价格低廉的产品（适用条件：产品供不应求，产品的成本较高）。

以产品为中心的产品观念阶段，产品观念认为：消费者喜欢质量高、功能多、有特色的产品（企业应不断改进产品的质量）。

以销售为中心的推销观念阶段，推销观念认为：消费者通常不会足量购买某一企业的产品。

企业必须积极推销其产品，大量采用促销（背景：产品过剩）。

以消费者为中心的现代市场营销观念阶段，营销观念认为：企业必须正确确定目标市场的需要和欲望，比竞争者更有效地供给目标市场所希望的物品。

<<普通话训练教程>>

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>