第一图书网, tushu007.com

<<营销从业人员伦理学>>

图书基本信息

书名：<<营销从业人员伦理学>>

13位ISBN编号：9787811293180

10位ISBN编号：7811293188

出版时间：2010-1

出版时间：黑龙江大学出版社有限责任公司

作者：赵晓玲 主编

页数：201

字数：224000

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

内容概要

带着油墨之香的《营销从业人员伦理学》呈现在我们面前了，希望她的到来能对营销从业人员的伦理道德教育和职业能力的提高有所裨益。
　市场的竞争性使得企业经营者越来越重视营销从业人员的营销经验、营销技能，席卷全球的金融危机和我国的三鹿奶粉事件使企业和社会越来越重视营销从业人员的职业道德问题。
由此，高校如何提高市场营销专业学生的道德素养就成为一个值得研究的课题。
我们编写这本《营销从业人员伦理学》的目的就是要为培养我校市场营销专业学生的道德素养提供一本教材。
同时，作为一种尝试，她是一本抛砖之作，希望能给探讨这一课题的广大同行以点滴启发。
　本书从确定大纲到编写、出版历时一年多，回头通览，深感粗糙浅薄。
参加编写的同志虽倾注了自己的全部心血，但由于时间短促，资料不足，水平有限等原因，不当之处在所难免，敬请读者批评指正。

书籍目录

第一章 伦理营销与营销人生 第一节 伦理营销观念的含义 第二节 伦理营销观念与个人、企业和社会的关系 第三节 树立伦理营销观念，成就营销人生第二章 营销人员职业道德要求 第一节 营销人员职业道德评价准则 第二节 营销技巧与营销道德 第三节 营销人员职业道德失范表现第三章 中外营销伦理思想与营销管理 第一节 中国古代经济伦理思想与营销管理 第二节 西方近代经济伦理思想与营销管理 第三节 现代营销的伦理变革第四章 营销伦理决策 第一一节 营销伦理决策概述 第二节 营销伦理决策的影响因素 第三节 营销伦理决策的程序第五章 市场调研中的伦理问题 第一节 市场调研与伦理 第二节 市场调研中存在的伦理问题 第三节 市场调研从业人员伦理建设第六章 产品中的伦理问题 第一节 产品设计、定位中的伦理问题 第二节 产品认证、包装中的伦理问题 第三节 产品安全、召回中的伦理问题第七章 定价中的伦理问题 第一节 定价与伦理 第二节 产品定价中的伦理问题 第三节 制定伦理的定价策略第八章 分销渠道中的伦理问题 第一节 分销渠道设计的伦理问题 第二节 渠道管理中的伦理问题 第三节 企业与分销渠道成员关系的伦理问题第九章 促销中的伦理问题 第一节 广告中的伦理问题 第二节 营业推广和公共关系中的伦理问题 第三节 人员推销中的伦理问题第十章 网络营销中的伦理问题 第一节 网络营销运作中的伦理问题表现 第二节 网络营销伦理问题产生的根源 第三节 网络营销的伦理建设后记

第一图书网, tushu007.com

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