

SMART WAY TO TOEFL

Bahasa Inggris sebagai bahasa nomor satu di dunia menuntut siapa saja untuk menguasainya. Karena dengan penguasaan bahasa Inggris yang menandai maka kita dapat membuka semua akses internasional yang dibutuhkan.

Menguasai bahasa Inggris berarti juga menguasai TOEFL. Karena selain merupakan salah satu syarat yang dibutuhkan dalam penyesuaian penerimaan mahasiswa baru baik S-1, S-2 maupun S-3 di universitas terkemuka diseluruh dunia. Kemampuan seseorang berkomunikasi dalam bahasa Inggris.

TOEFL terdiri dari beberapa bagian penting yakni listening (mendengarkan), STRUCTURE AND WRITTEN EXPRESSION (tata bahasa) dan READING (memahami bacaan). Buku ini membahas ketiga bagian tersebut dengan tuntas dan lengkap secara sistematis. Buku ini disusun berbasis pada TOEFL TEST GRAMMAR yang dirancang semirip mungkin dengan TOEFL yang sebenarnya. Selain itu buku ini juga disusun dengan format yang mudah dipahami penjelasan serba – serbi TOEFL yang tepat sasaran dan porsi latihan yang seimbang beserta kunci jawabannya untuk memberikan gambaran test yang standar secara internasional.

Agar kita dapat menguasai TOEFL secara komprehensif dengan baik maka buku “SMART WAY TO TOEFL” ini juga dilengkapi dengan CD pembelajaran yang menjelaskan segala sesuatu tentang TOEFL dari awal hingga akhir dan CD PEMBELAJARAN KHUSUS LISTENING sehingga semakin mempermudah siapa saja yang ingin menguasai TOEFL secara cepat dan tepat.

Buku ini terdiri dari dua bagian utama, bagian pertama membahas tentang prosedur melakukan riset pemasaran dan konsumen, bagian kedua membahas berbagai topik riset pemasaran dan konsumen berdasarkan kajian artikel yang diterbitkan di jurnal ilmiah. Buku ini dapat digunakan sebagai salah satu buku teks mata kuliah metode riset pemasaran dan konsumen untuk jenjang program sarjana, magister maupun doctor. Setelah membaca buku ini diharapkan para mahasiswa dapat menulis proposal skripsi, tesis atau disertasi dalam bidang riset pemasaran dan konsumen. Selain itu, juga sangat bermanfaat bagi para peneliti di lembaga pemerintah, swasta maupun perusahaan riset pemasaran dan konsumen. Penulis menulis berbagai topik dalam riset pemasaran dan konsumen secara lugas dan jelas sehingga dapat dijadikan sebagai ide dasar bagi para mahasiswa maupun praktisi peneliti dalam melakukan riset pemasaran dan konsumen, disamping itu juga dapat dijadikan sebagai panduan bagaimana melaksanakan riset pemasaran dan konsumen. Didalamnya jadi dilengkapi dengan contoh proposal riset dari mulai rumusan masalah sampai metode riset.

