

<<实战营销>>

图书基本信息

书名：<<实战营销>>

13位ISBN编号：9787111168027

10位ISBN编号：711116802X

出版时间：2005-7

出版时间：机械工业出版社

作者：盛立强 编

页数：199

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>

<<实战营销>>

内容概要

本书是市场营销专业的实训教材，它以“实践第一，能力为主，鼓励创新”为方针，以全面提高学生各方面的市场营销操作能力、培养学生市场实践活动中创新精神为核心组织编写内容，充分利用情景案例作为背景，着重培养学生的专业观察与分析能力、语言表达能力、社交能力和应变能力。

全书共分七章，内容包括市场营销调研、市场分析、目标市场营销、产品策略、定价策略、渠道策略和促销策略。

本书是高职高专经济管理类各专业教材，也可作为企业在职人员的培训教材。

<<实战营销>>

书籍目录

序前言第一章 市场营销调研 第一节 市场营销调研的程序 第二节 市场营销调研的方法 第三节 营销调研报告第二章 市场分析 第一节 需求分析 第二节 用户分析 第三节 竞争环境分析第三章 目标市场营销 第一节 市场细分 第二节 目标市场选择 第三节 市场定位第四章 产品策略 第一节 产品组合决策 第二节 产品形象塑造决策 第三节 产品品牌决策 第四节 产品包装决策 第五节 产品服务决策第五章 定价策略 第一节 定价依据 第二节 定价方法 第三节 定价策略 第四节 价格变动和企业对策第六章 渠道策略 第一节 分销渠道的设计 第二节 渠道成员的激励 第三节 渠道成员的控制第七章 促销策略 第一节 人员促销 第二节 广告 第三节 营业推广 第四节 公共关系参考文献

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>