

<<市场营销理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<市场营销理论与实务>>

13位ISBN编号：9787115285379

10位ISBN编号：7115285373

出版时间：2012-9

出版时间：刘建廷、谭境佳 人民邮电出版社 (2012-09出版)

作者：刘建廷，谭境佳 编

页数：214

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>

<<市场营销理论与实务>>

内容概要

《21世纪高等职业教育财经类规划教材·市场营销类：市场营销理论与实务》共10章，主要内容包括导论、市场调研与预测、市场营销环境分析、市场购买者行为分析、市场细分与目标市场战略、产品策略、定价策略、渠道策略、促销策略、营销战略规划与营销过程管理。

《21世纪高等职业教育财经类规划教材·市场营销类：市场营销理论与实务》在体系上，坚持完整、系统、层次分明；在内容上，力求准确、简洁、重点突出。本书既可作为高职高专经济管理类、外贸商务类专业教材，还可作为社会培训教材、职业资格考证和自学用书。

<<市场营销理论与实务>>

书籍目录

目 录	第一章 导论	1学习目标	1案例导入	1学习内容	2第一节 市场与市场营销	2第二节 市场营销学的产生和发展	5第三节 市场营销观念	7模拟实训	13本章要点	13综合练习	14第二章	市场调研与预测	16学习目标	16案例导入	16学习内容	17第一节 市场调研	17第二节 营销信息系统	25第三节 市场预测	27模拟实训	29本章要点	30综合练习	30第三章 市场营销环境分析	32学习目标	32案例导入	32学习内容	33第一节 市场营销环境概述	33第二节 宏观环境分析	38第三节 微观环境分析	46模拟实训	49本章要点	50综合练习	50第四章 市场购买者行为分析	52学习目标	52案例导入	52学习内容	53第一节 消费者市场分析	53第二节 组织市场分析	69模拟实训	76本章要点	77综合练习	77第五章 市场细分与目标市场战略	80学习目标	80案例导入	80学习内容	81第一节 市场细分	81第二节 目标市场战略	88第三节 市场定位	92模拟实训	96本章要点	97综合练习	98第六章 产品策略	99学习目标	99案例导入	99学习内容	101第一节 产品整体概念	101第二节 产品组合策略	105第三节 产品生命周期策略	109第四节 新产品开发策略	115第五节 品牌策略	118第六节 包装策略	122模拟实训	126本章要点	127综合练习	127第七章 定价策略	130学习目标	130案例导入	130学习内容	131第一节 影响企业定价的主要因素	131第二节 企业定价方法	136第三节 定价策略	140模拟实训	146本章要点	146综合练习	147第八章 渠道策略	149学习目标	149案例导入	149学习内容	149第一节 营销渠道概述	150第二节 中间商	152第三节 营销渠道的设计	155第四节 营销渠道管理	161第五节 直复营销	166模拟实训	170本章要点	171综合练习	171第九章 促销策略	174学习目标	174案例导入	174学习内容	175第一节 促销概述	175第二节 人员推销	178第三节 广告	181第四节 公共关系	186第五节 营业推广	189模拟实训	192本章要点	192综合练习	193第十章 营销战略规划与营销过程管理	195学习目标	195案例导入	195学习内容	196第一节 营销战略规划	196第二节 竞争战略分析	205第三节 营销过程管理	208模拟实训	210本章要点	211综合练习	211参考文献	213
-----	--------	-------	-------	-------	--------------	------------------	-------------	-------	--------	--------	-------	---------	--------	--------	--------	------------	--------------	------------	--------	--------	--------	----------------	--------	--------	--------	----------------	--------------	--------------	--------	--------	--------	-----------------	--------	--------	--------	---------------	--------------	--------	--------	--------	-------------------	--------	--------	--------	------------	--------------	------------	--------	--------	--------	------------	--------	--------	--------	---------------	---------------	-----------------	----------------	-------------	-------------	---------	---------	---------	-------------	---------	---------	---------	--------------------	---------------	-------------	---------	---------	---------	-------------	---------	---------	---------	---------------	------------	----------------	---------------	-------------	---------	---------	---------	-------------	---------	---------	---------	-------------	-------------	-----------	-------------	-------------	---------	---------	---------	----------------------	---------	---------	---------	---------------	---------------	---------------	---------	---------	---------	---------	-----

<<市场营销理论与实务>>

编辑推荐

《市场营销理论与实务》共10章，主要内容包括导论、市场调研与预测、市场营销环境分析、市场购买者行为分析、市场细分与目标市场战略、产品策略、定价策略、渠道策略、促销策略、营销战略规划与营销过程管理。

本书由刘建廷、谭境佳任主编。

<<市场营销理论与实务>>

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>