

<<新编市场营销>>

图书基本信息

书名：<<新编市场营销>>

13位ISBN编号：9787121134463

10位ISBN编号：7121134462

出版时间：2011-5

出版时间：电子工业出版社

作者：吕成斋

页数：263

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>

## <<新编市场营销>>

### 内容概要

《21世纪立体化职业教育规划教材财经系列·新编市场营销》详细介绍了：市场营销概述、市场营销环境、购买者行为、市场营销调研、目标市场营销、产品策略、价格策略、营销渠道策略、促销策略、网络营销和服务市场营销11个项目，通过案例分析法剖析了相关知识的内涵及实践应用。同时，根据每个项目的知识点，安排了相关知识的巩固拓展和达标检测，帮助学生掌握基础知识并拓宽思路。

《21世纪立体化职业教育规划教材财经系列·新编市场营销》按照各知识点的内在逻辑和学生的学习规律编排，语言浅显易懂、案例丰富；涵盖不同领域，便于学生阅读教材，启发思维；任务明确，便于模块教学。

本书既适合作为中、高职院校的教学用书，也可以作为市场营销工作者的学习参考用书或培训教材。

## <<新编市场营销>>

### 书籍目录

#### 项目一 市场营销概述

任务一 市场与市场营销的核心概念

任务二 市场营销管理

任务三 市场营销观念的发展与创新

达标检测

#### 项目二 市场营销环境

任务一 宏观环境分析

任务二 微观环境分析

任务三 市场竞争分析

达标检测

#### 项目三 购买者行为

任务一 消费者购买行为

任务二 商业市场及其购买者行为

达标检测

#### 项目四 市场营销调研

任务一 市场营销调研概述

任务二 营销调研的基本流程

任务三 营销调研的基本方法

达标检测

#### 项目五 目标市场营销

任务一 市场细分分析

任务二 目标市场选择

任务三 市场定位分析

达标检测

#### 项目六 产品策略

任务一 产品策略的相关概念

任务二 产品组合策略

任务三 产品生命周期

达标检测

#### 项目七 价格策略

任务一 影响定价的主要因素

任务二 产品定价的主要方法

任务三 产品定价策略

任务四 价格调整策略

达标检测

#### 项目八 营销渠道策略

任务一 认识营销渠道

任务二 营销渠道的类型

任务三 渠道成员的分销功能分析

任务四 营销渠道的管理

达标检测

#### 项目九 促销策略

任务一 促销组合

任务二 广告策略

任务三 公共关系策略

<<新编市场营销>>

任务四 人员推销策略

任务五 营业推广策略

达标检测

项目十 网络营销

任务一 网络营销概述

任务二 网络营销策略

达标检测

项目十一 服务市场营销

任务一 服务市场营销概述

任务二 顾客服务营销

任务三 服务业市场营销

达标检测

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>