

<<市场营销实务与操作>>

图书基本信息

书名：<<市场营销实务与操作>>

13位ISBN编号：9787300149844

10位ISBN编号：7300149847

出版时间：2011-12

出版时间：中国人民大学出版社

作者：卓永斌 主编

页数：284

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>

<<市场营销实务与操作>>

内容概要

《21世纪高等继续教育精品教材·市场营销系列：市场营销实务与操作》从建立营销组织及营销信息系统出发，与相关营销理论相结合，介绍了市场营销的基本理论知识和具体业务的实际操作。

《21世纪高等继续教育精品教材·市场营销系列：市场营销实务与操作》共11章，对建立营销组织及营销信息系统、市场营销调研、行业分析、竞争者分析，顾客分析，营销绩效控制等方面的基本理论和操作流程做了全面而系统的介绍，基本涉及企业市场营销活动的各个方面。

<<市场营销实务与操作>>

书籍目录

- 第一章 建立营销组织及营销信息系统
 - 第一节 建立营销组织
 - 第二节 建立营销信息系统
- 第二章 市场营销调研
 - 第一节 市场营销调研概述
 - 第二节 市场营销调研方法
- 第三章 行业分析
 - 第一节 分析环境因素
 - 第二节 分析市场因素
 - 第三节 分析竞争因素
- 第四章 竞争者分析
 - 第一节 识别和确认竞争者
 - 第二节 评估竞争者
 - 第三节 竞争战略
- 第五章 顾客分析
 - 第一节 了解顾客
 - 第二节 分析消费者购买决策
 - 第三节 分析组织购买决策
- 第六章 市场细分
 - 第一节 市场细分概述
 - 第二节 市场细分的程序与方法
 - 第三节 市场细分案例分析
- 第七章 市场需求测量与预测
 - 第一节 市场需求预测的有关概念
 - 第二节 市场需求预测的基本变量
 - 第三节 市场需求预测的基本程序
 - 第四节 市场需求预测的主要方法
- 第八章 目标市场策略
 - 第一节 细分市场的评估
 - 第二节 目标市场的选择
 - 第三节 市场定位
- 第九章 市场营销策略
 - 第一节 产品和产品组合
 - 第二节 价格策略
 - 第三节 渠道策略
 - 第四节 促销策略
- 第十章 营销绩效控制
 - 第一节 营销绩效控制及其必要性
 - 第二节 年度计划控制
 - 第三节 盈利能力控制
 - 第四节 效率控制
 - 第五节 战略控制
- 第十一章 市场营销的新发展
 - 第一节 绿色营销
 - 第二节 网络营销

<<市场营销实务与操作>>

第三节 关系营销
第四节 整合营销
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>