

<<市场营销实务>>

图书基本信息

书名：<<市场营销实务>>

13位ISBN编号：9787301155028

10位ISBN编号：7301155026

出版时间：2009-8

出版时间：北京大学出版社

作者：薛长青

页数：277

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>>

内容概要

市场营销是一门以经济科学、行为科学、管理理论和现代科学技术为基础，研究以满足消费者需求为中心的营销活动及其规律性的综合性应用科学。

本书依据高职高专教育的培养目标和人才培养模式的基本特征，围绕适应社会需要和职业岗位群的要求，坚持以提高学生的整体素质为基础，以培养学生的应用能力、创新能力和综合能力为主线，确立内容体系。

本书从职业岗位能力要求和企业市场营销工作过程出发，将全部内容分为概论篇、分析篇、战略篇和策略篇4个部分，具体包括市场营销学概论、市场营销新发展、市场营销环境分析、消费者市场与组织市场购买行为分析、市场营销调研和预测、目标市场营销战略、市场竞争营销战略、产品策略、定价策略、分销策略、促销策略共11个学习单元。

本书在科学阐述西方市场营销理论的基础上，坚持理论联系实际，结合当前我国企业市场营销面临的现实问题，通过精选大量案例，设计实训任务，引导学生分析讨论案例，完成实训任务，从而使学生在掌握营销理论与方法的基础上，重点培养自己的实践能力。

本书适用于高等职业技术学院相关专业市场营销课程的教学，也可作为企业市场营销培训及自学用书。

<<市场营销实务>>

书籍目录

概论篇 单元一 市场营销学概论 模块一 基础知识 一、市场的含义 二、市场营销的含义 三、市场营销核心概念 四、市场营销观念 五、市场营销管理 模块二 案例分析 案例一 案例二
 模块三 实训练习 实训一 实训二 模块四 单元测试 单元二 市场营销新发展 模块一 基础知识
 一、整合营销 二、服务营销 三、关系营销 四、内部营销 模块二 案例分析 案例一 案例二
 模块三 实训练习 实训一 实训二 模块四 单元测试分析篇 单元三 市场营销环境分析 模块一
 基础知识 一、宏观营销环境 二、微观营销环境 三、环境分析与营销对策 模块二 案例分析
 案例一 案例二 案例三 模块三 实训练习 实训一 实训二 模块四 单元测试 单元四 消费者
 市场与组织市场购买行为分析 模块一 基础知识 一、消费者市场购买行为分析 二、组织市场购
 买行为分析 模块二 案例分析 案例一 案例二 案例三 模块三 实训练习 实训一 实训二
 实训三 模块四 单元测试 单元五 市场营销调研与预测 模块一 基础知识 一、市场营销调研 二
 、市场需求的测量与预测 模块二 案例分析 案例一 案例二 模块三 实训练习 实训一 实训
 二 实训三 模块四 单元测试 战略篇 单元六 目标市场营销战略 模块一 基础知识 一、市场细分
 二、目标市场选择战略 三、市场定位战略 模块二 案例分析 案例一 案例二 案例三 案例
 四 模块三 实训练习 实训一 实训二 模块四 单元测试 单元七 市场竞争营销战略 模块一 基础
 知识 一、市场竞争者的识别 二、竞争优势分析 三、竞争战略定位及实施 模块二 案例分析
 案例一 案例二 模块三 实训练习 实训一 实训二 模块四 单元测试 策略篇 单元八 产品策略
 模块一 基础知识 一、产品的整体概念 二、产品组合策略 三、产品生命周期 四、品牌策略
 五、包装策略 模块二 案例分析 案例一 案例二 案例三 案例四 模块三 实训练习 实训一
 实训二 实训三 模块四 单元测试 单元九 定价策略 模块一 基础知识 一、影响定价的因素
 二、定价方法 三、定价策略 四、价格变动策略 模块二 案例分析 案例一 案例二 案例三
 模块三 实训练习 实训一 实训二 实训三 实训四 模块四 单元测试 单元十 分销策略 模块一
 基础知识 一、分销渠道 二、分销渠道的层次 三、分销渠道的宽度 四、影响分销渠道选择的
 因素 五、分销渠道的设计 六、中间商类型 模块二 案例分析 案例一 案例二 案例三 模块
 三 实训练习 实训一 实训二 实训三 模块四 单元测试 单元十一 促销策略 模块一 基础知识
 一、促销和促销组合 二、广告策略 三、人员推销策略 四、营业推广策略 五、公共关系策略
 模块二 案例分析 案例一 案例二 案例三 模块三 实训练习 实训一 实训二 实训三 模块
 四 单元测试 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>