

<<市场营销实训教程>>

图书基本信息

书名：<<市场营销实训教程>>

13位ISBN编号：9787302115854

10位ISBN编号：7302115850

出版时间：2005-9

出版时间：清华大学出版社

作者：李海琼

页数：247

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>

<<市场营销实训教程>>

内容概要

本教程是研究、应用与推广西方国家商科类专业先进的实践性教学模式——“模拟公司教学法”的实践成果。

以创业实践为起点，以商务运作程序为主线，涵盖了市场营销职业岗位群所需要掌握的主要实践技能。

全书分为公司成立、公司营销调研、公司营销策划、公司商品采购、公司商品销售、营销会计知识、商务谈判与经济合同签订实践、公司网上营销操作、会展组织与管理、企业诊断与治理等10章。并对“模拟公司教学法”及现代商务模拟实验室建设进行了简介，而且在附录中列出了相关实训单据。

本教程内容新颖，思路创新，实用性强，是目前国内高职高专甚至是本科教育领域营销管理等商科类专业为数不多的实训教材。

既可作为高职高专学校、中职学校和相关高等院校市场营销等商科专业的专业综合实训教材，又可用于市场营销学等相关课程的配套实训教材，也可作为企业营销人员的实务操作培训教材和参考书、工具书。

<<市场营销实训教程>>

书籍目录

第1章 公司成立 1.1 模拟公司成立准备 1.1.1 指定公司发起人 1.1.2 模拟公司招聘 1.1.3 建立模拟公司组织体系 1.2 模拟公司成立 1.2.1 有限责任公司的成立 1.2.2 股份有限公司的成立 1.2.3 公司设立登记 1.3 模拟公司开业 1.3.1 公司开业策划 1.3.2 产品介绍实训题 复习思考题第2章 公司营销调研 2.1 营销调研概述 2.1.1 营销调研的要素及其相互关系 2.1.2 营销调研的类型 2.1.3 市场调查的组织方式 2.1.4 营销调研的内容 2.1.5 营销调研的程序 2.2 营销调研实务 2.2.1 营销调研建议书 2.2.2 营销调研计划 2.2.3 营销调研合同 2.2.4 营销调研问卷 2.2.5 营销调研报告实训题 复习思考题第3章 公司营销策划 3.1 营销策划 3.1.1 营销策划概述 3.1.2 营销策划的准备 3.2 产品策划 3.2.1 产品策划的含义 3.2.2 新产品上市策划 3.3 广告策划 3.3.1 广告实施计划 3.3.2 广告创意策划 3.3.3 广告文稿 3.3.4 广告预算 3.3.5 广告策划文案 3.4 公共关系策划 3.4.1 公共关系策划模式 3.4.2 公关策划的步骤 3.4.3 公关促销策划文案 3.5 营业推广策划 3.5.1 营业推广策划的具体步骤 3.5.2 营业推广策划文案 3.6 营销策划书 3.6.1 营销策划书概述 3.6.2 营销策划书的结构与内容实训题 复习思考题第4章 公司商品采购第5章 公司商品销售第6章 营销会计知识第7章 商务谈判与经济合同签订实践第8章 公司网上营销操作第9章 会展组织与管理第10章 企业诊断与治理附录A 市场营销实训单据参考文献

<<市场营销实训教程>>

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>