

<<市场营销学实训教程>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学实训教程>>

13位ISBN编号：9787302245575

10位ISBN编号：7302245576

出版时间：2011-1

出版时间：清华大学出版社

作者：戴军 编

页数：297

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>

<<市场营销学实训教程>>

内容概要

本书采用项目课程理论开发市场营销学课程，实施案例和项目教学互动的架构，并且结合实训项目，穿插技能训练形式，对学习者的能力进行训练，体现了市场营销课程改革的特色和趋势。

本书共计10章，31个模块，主要内容包括：市场营销基础理论、市场营销环境分析、消费者市场分析、目标市场分析、市场调研分析、产品策略分析、定价策略分析、分销渠道策略分析、促销策略分析、市场营销新趋势。

本书既可以作为高职高专院校各专业的教材使用，也可以作为应用型本科院校市场营销专业的教材使用，还可以作为从事市场营销工作相关人员的参考用书和各企业单位的培训用书。

<<市场营销学实训教程>>

书籍目录

第1章 市场营销基础理论 模块1 市场营销概念 模块2 市场营销演变 模块3 市场营销观念第2章 市场营销环境分析 模块1 市场营销微观环境 模块2 市场营销宏观环境第3章 消费者市场分析 模块1 消费心理 模块2 消费行为第4章 目标市场分析 模块1 市场细分 模块2 市场定位第5章 市场调研分析 模块1 调研内容 模块2 调研方法 模块3 调研实施第6章 产品策略分析 模块1 产品组合策略 模块2 产品品牌策略 模块3 产品包装 模块4 产品生命周期策略第7章 定价策略分析 模块1 定价方法 模块2 定价策略第8章 分销渠道策略分析 模块1 分销渠道类型与作用 模块2 中间商 模块3 分销渠道管理第9章 促销策略分析第10章 市场营销新趋势参考文献

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>