第一图书网, tushu007.com

<<市场营销>>

图书基本信息

书名：<<市场营销>>

13位ISBN编号：9787305100819

10位ISBN编号：7305100811

出版时间：2012-9

出版时间：南京大学出版社

作者：李坚强，蒋良骏

页数：233

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

内容概要

市场营销本是一门应用性很强的课程，其课程设计、教学设计更应体现适应营销职业岗位能力的要求。
本教材力求体现现代高职教育课程观的基本要求，坚持以能力为本位，实践为基础，以学生为主体，确立课程教学内容。
教材根据高职高专人才培养目标、以工作过程为导向的理念编写。
课程内容以企业营销工作过程为主线，以培养学生营销工作技能、职业素养为核心设计学习情境：主要包括，认识市场营销、了解市场和顾客需求、设计以顾客为导向的营销战略、制定营销组合方案、管理营销过程等学习情境。

书籍目录

学习情境1：认识市场营销学习子情境1　市场营销与市场营销过程学习子情境2　理解市场营销过程模型学习子情境3　市场营销理论的新发展学习子情境4　营销重要性认识报告撰写与交流学习情境2：了解市场和顾客需求学习子情境1　认识营销环境学习子情境2　管理营销信息学习子情境3　消费者购买行为分析学习子情境4　生产者购买行为分析学习子情境5　营销实践：撰写营销环境分析报告学习情境3：设计以顾客为导向的营销战略学习子情境1　市场细分学习子情境2　确定目标市场学习子情境3　市场定位策略学习子情境4　市场竞争战略学习子情境5　营销实践：基于市场分析的营销战略报告撰写学习情境4：制定营销组合方案学习子情境1　提供满足消费者需求的产品学习子情境2　制定和调整产品价格学习子情境3　建立和管理产品分销渠道学习子情境4　制定和实施促销方案学习子情境5　营销实践：设计营销组合方案学习情境5：营销过程管理——计划、组织与控制学习子情境1　市场营销计划的制定学习子情境2　市场营销组织设计和管理学习子情境3　市场营销控制学习子情境4　营销实践：撰写营销计划书

第一图书网, tushu007.com

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