

<<市场营销学实训>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学实训>>

13位ISBN编号：9787309053159

10位ISBN编号：730905315X

出版时间：2007-1

出版时间：复旦大学出版社

作者：王妙,冯伟国

页数：189

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>>

内容概要

本书是《市场营销学教程》配套实训教材。

教材介绍了《市场营销学》课程实训的创新模式——实践课业教学，以“实践课业”为实训载体，要求学生把所学的市场营销理论，运用到营销实践中去解决实际问题。

通过课业训练，增强学生的实践能力和创新能力。

本书根据“一课一训练，理论先行，操作指导，实践运用”的课业指导要求，从有利于学生能力培养出发，精编了17项课业指导项目，分为四个实训单元，对每项课业都作了具体指导，即：布置课业任务 了解课业目标 强调课业要求 明确理论指导 指导课业操作 确立课业评价 提供课业范例或范文。

本书可以作为高等院校课程实训的教材，也可作为企业管理在职人员的专业培训教材。

<<市场营销学实训>>

书籍目录

第一单元“营销重要性”认识培养 课业(1)“营销重要性认识”写作训练 课业(2)“营销重要性认识”交流训练 第二单元“市场营销调研”技能培养 课业(3)“营销调研”立题 课业(4)“调查计划”制定 课业(5)“第二手资料”收集 课业(6)“调查问卷”设计 课业(7)实地问卷调查 课业(8)“调查问卷”统计 课业(9)《市场营销调研报告》撰写 第三单元“市场开发分析”技能培养 课业(10)“市场细分表”设计与分析 课业(11)“市场定位图”设计与分析 课业(12)《市场开发分析报告》撰写 第四单元“4PS营销计划”技能培养 课业(13)“品牌名称、标志”设计 课业(14)“价格计划方案”设计 课业(15)“分销计划方案”设计 课业(16)“促销计划方案”设计 课业(17)《产品营销计划报告》撰写附录 附录(一)《市场营销学》课程实践大纲 附录(二)《市场营销学》课业评估手册

<<市场营销学实训>>

编辑推荐

《复旦卓越·21世纪管理学系列·市场营销学实训：实践课业指导》适用于高职高专院校和实践型本科院校作教材，也可作为各类相关培训的教材以及从业人员参考书。

《复旦卓越·21世纪管理学系列·市场营销学实训：实践课业指导》以复旦大学为主的研究型大学、上海商学院等十几家实践型院校以及有影响的企业充分发挥各自理论与实践的特长，联合编写。注重教材的实践性，实用性，和对实际岗位的适应性，学生学后就能进入实际操作。滚动开发，逐步覆盖管理学各门课程。

《复旦卓越·21世纪管理学系列·市场营销学实训：实践课业指导》全新体例与版式，教辅合一，正文、教师指导、案例、习题有机结合，以方便教学为目标。

<<市场营销学实训>>

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>