第一图书网, tushu007.com

<<零售营销管理实验>>

图书基本信息

书名：<<零售营销管理实验>>

13位ISBN编号：9787505871656

10位ISBN编号：750587165X

出版时间：2008-2

出版时间：经济科学出版社

作者：陈章旺　编著

页数：219

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书内容除绪论外共分为六部分：零售营销认识体会写作与交流实验、零售营销调研报告撰写实验、零售选址分析报告撰写实验、零售价格计划方案设计实验、零售促销计划方案设计实验和零售商场招商策划设计实验。
本书的主要特色是：创新性、实战性、可读性。

<<零售营销管理实验>>

书籍目录

第一章 绪论第二章 “ 零售营销认识体会 ”写作与交流实验 第一节 实验任务、实验目标及实验要求 第二节 理论指导 第三节 案例阅读 第四节 实验操作 第五节 实验评价 第六节 实验范例 本章小结第三章 零售营销调研报告撰写实验 第一节 实验任务、实验目标及实验要求 第二节 理论指导 第三节 案例阅读 第四节 实验操作 第五节 实验评价 第六节 实验范例 本章小结第四章 零售选址分析报告撰写实验 第一节 实验任务、实验目标及实验要求 第二节 理论指导 第三节 案例阅读 第四节 实验操作 第五节 实验评价 第六节 实验范例 本章小结第五章 零售价格计划方案设计实验 第一节 实验任务、实验目标及实验要求 第二节 理论指导 第三节 案例阅读 第四节 实验操作 第五节 实验评价 第六节 实验范例 本章小结第六章 零售促销计划方案设计实验 第一节 实验任务、实验目标及实验要求 第二节 理论指导 第三节 案例阅读 第四节 实验操作 第五节 实验评价 第六节 实验范例 本章小结第七章 零售商场招商策划设计实验 第一节 实验任务、实验目标及实验要求 第二节 理论指导 第三节 案例阅读 第四节 实验操作 第五节 实验评价 第六节 实验范例 本章小结参考文献

章节摘录

第二章　零售营销调研摄告撰写实验　　本章学习提要与目标　　零售营销调研报告是对影响零售企业营销的各种环境因素的调查结果进行客观陈述、提出调研结论的书面表现形式，是整个调研工作的文字化表现，也是调研结果被他人所知、所接受，便于利用的书面资料。
要求学生综合运用“市场调研”与“营销环境”理论，对小组的市场开发项目所要了解的“市场状况”、“商圈顾客分布”、“竞争者”、和“企业营销状况”进行全面、正确分析，得出调研结论，并把调研结果形成书面报告，完成《零售营销调研报告》的撰写。
第一节 实验任务、实验目标及实验要求　　实验任务　　本实验是综合技能实验。
通过本单元基本技能的训练，对收集的大量调查资料进行分析，论证市场开发项目的可行与否，以小组为单位完成约5000字的零售营销调研报告。
要求学生综合运用“市场调研”与“营销环境”理论，对小组的市场开发项目所要了解的‘‘市场状况”、“商圈顾客分布”、“竞争者”和“企业营销状况”进行全面、正确分析，得出调研结论，并把调研结果形成书面报告，完成《零售营销调研报告》的撰写。
小组应对报告撰写任务进行合理分工，每个学生对自己撰写的部分必须按时完成、保证报告的质量。
要求学生有效运用报告撰写技巧，设计一份足以能被吸引、被关注的零售营销调研报告。
要对调研报告的封面、前言、目录和附录进行规范设计；对报告版面进行合理排版；对报告数据、图表进行有效运用。
要运用调研报告的写作技能，资料运用要求准确、充分、客观；资料分析要求紧扣主题，观点准确；报告撰写要求结构合理，层次清楚，注意逻辑性。
二、实验目标　　（一）帮助学生认识“零售营销调研报告”在零售营销实践中的主要作用。
……

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