

<<市场营销原理>>

图书基本信息

书名：<<市场营销原理>>

13位ISBN编号：9787510305122

10位ISBN编号：7510305128

出版时间：2011-8

出版时间：中国商务出版社

作者：郭健 编

页数：240

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>

<<市场营销原理>>

内容概要

《市场营销原理》面向我国高职高专教育实际，全书总体上以理论精编、实践导向为编写原则，集中篇幅介绍最具实际操作价值的理论点，适合于以应用为导向的高职培养体系。

<<市场营销原理>>

书籍目录

第一章 市场营销导论第一节 市场营销概念第二节 市场营销框架体系第三节 市场营销观念发展阶段第四节 市场营销理论研究第二章 市场分析第一节 市场分析概述第二节 宏观环境分析第三节 市场、竞争者、企业自身分析第四节 市场分析模型第三章 市场调研第一节 市场调研概述第二节 市场调研方法第三节 市场调研程序第四章 消费者心理与购买行为分析第一节 消费需求分析第二节 消费动机分析第三节 消费购买行为分析第四节 生产者市场购买行为第五章 市场细分与定位战略第一节 市场细分第二节 市场细分的方法与程序第三节 目标市场选择第四节 市场定位第六章 产品策略第一节 产品概念第二节 产品组合第三节 产品生命周期理论第四节 产品品牌第五节 产品包装第七章 价格策略第一节 价格概述第二节 产品定价思路第三节 产品具体定价方法第四节 产品价格调整第八章 营销推广策略第一节 营销推广概论第二节 促销第三节 营销公关第四节 人员推销第五节 广告第九章 渠道策略第一节 渠道概述第二节 渠道规划第三节 渠道管理第十章 服务营销第一节 服务概述第二节 服务的表现形式第三节 服务体系设计第四节 顾客价值理论第十一章 企业竞争与发展战略第一节 企业战略概论第二节 企业竞争概论第三节 企业增长策略参考文献

<<市场营销原理>>

编辑推荐

双师型编著作者 实践应用理论体系 工学结合式导向 新理论：采纳了最新的4P与4G营销理论 新案例：精选国内外最新的实战营销案例 新体系：以应用为导向的工学结合体系

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>