

<<市场营销管理实训教程>>

图书基本信息

书名：<<市场营销管理实训教程>>

13位ISBN编号：9787512101852

10位ISBN编号：7512101856

出版时间：2010-7

出版时间：清华大学出版社

作者：刘莉，尚会英，陶晓波 编著

页数：330

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>

<<市场营销管理实训教程>>

前言

一、本套实践教学系列教材编写背景与目的从2004年3月开始，教育部高等教育司对普通高等学校经济学类和工商管理类专业本科人才社会需求和培养现状进行了一次调查研究。

结果表明：用人单位认为大学生最需加强的是分析与解决问题能力、敬业精神、人际沟通能力、组织协调能力和心理承受能力；对已聘毕业生的评价，满意度排在最后三项的则是开拓创新精神、外语水平和计算机应用水平。

多年的教学实践，我们也深深感到随着资讯愈加发达，大学生在专业学习的过程中，往往是拥有信息却忽略独立思考，于是，无论是解答简单的作业题，还是写各种论文、报告，到处都是别人观点的堆砌。

记住知识，而非理解知识，更不必说灵活变通地应用知识的现象比较普遍。

这种情形的出现，也促使我们反思教学理念、教学方法和教学形式。

实践教学由此逐渐得到越来越多高校的广泛关注。

2007年教育部发布的《关于进一步深化本科教学改革全面提高教学质量的若干意见》申明确指出要大力加强实验、实习、实践和毕业设计（论文）等实践教学环节，推进实验内容和实验模式改革和创新，培养学生的实践动手能力、分析问题和解决问题能力。

各实践教学环节累计学分（学时），人文社会科学类专业不应少于总学分（学时）的15%，理工农医类专业不应少于总学分（学时）的25%。

这无疑为高校实践教学的进一步推动起到了推波助澜的作用。

<<市场营销管理实训教程>>

内容概要

本书是高等学校经济管理类专业实践教学系列教材之一。

本书以市场营销管理过程为主线，整个实训教程安排遵循学生的认知规律，从易到难，由简到繁。

具体分为市场机会分析、市场营销战略、市场营销策略、市场营销活动管理、市场营销策划及市场营销综合模拟六个模块，每个模块根据实际内容需要，涉及模拟演练、走访调查、情景模拟、营销游戏、网络实践等实训形式。

附录中还汇集了营销技能测试、市场营销综合实习指导等内容。

通过多样化的实践，旨在促使学生主动学习，合作学习，从而在发现—分析——解决问题能力、知识整合能力及创新应用能力等诸方面得到营销管理能力的全面训练。

本书可作为高等院校相关课程的实训教材，也可作为市场营销人员培训教材及对营销感兴趣人士的自学教材。

<<市场营销管理实训教程>>

书籍目录

模块一：市场机会分析实训	第1章 市场营销观念	感悟营销	实训目标与训练方式	实训知识概要	实训项目
知识概要	实训项目1：模拟演练——英派斯健身会所的潜在顾客筛选	实训项目2：走访调查——了解企业的市场营销观念	实训项目3：情景模拟1——如何把干发帽卖给短发男士	实训项目4：情景模拟2——“嗒嗒”连锁西餐厅的积分计划	实训项目5：营销游戏——有创意的自我介绍
实训项目6：网络实践——走进“呷哺呷哺”	第2章 市场营销环境分析	感悟营销	实训目标与训练方式	实训知识概要	实训项目1：模拟演练——在线零售企业的营销环境分析
实训项目2：走访调查——《家用电冰箱耗电量限定值及能效等级》标准实施	实训项目3：情景模拟——春秋国旅如何应对节假日调整	实训项目4：营销游戏——网络对企业营销活动的影响	实训项目5：网络实践——感受新技术	第3章 购买行为分析	感悟营销
实训目标与训练方式	实训知识概要	实训项目1：模拟演练——消费者对可口可乐的评价	实训项目2：模拟演练——正确理解消费者的需求	实训项目3：走访调查——企业办公电脑的采购行为	实训项目4：情景模拟1——不能让到手的订单飞了
实训项目5：情景模拟2——ZA防晒产品的销售	实训项目6：营销游戏——你了解“另一半”吗？	实训项目7：营销游戏——看照片猜个性	实训项目8：网络实践——海尔集团的采购行为	第4章 市场调研	感悟营销
实训目标与训练方式	实训知识概要	实训项目1：模拟演练1——大学生食堂调查问卷设计	实训项目2：模拟演练2——大学生“移动飞信”使用行为的市场调查方案设计	实训项目3：走访调查——神秘顾客消费调研	实训项目4：情景模拟——西芝公司的消费者访谈
实训项目5：营销游戏——评价调研报告	实训项目6：营销游戏——问卷设计评价	实训项目7：网络实践——走近“调查派”	模块二：市场营销战略实训	第5章 目标市场战略	感悟营销
实训目标与训练方式	实训知识概要	实训项目1：模拟演练——对全班同学进行市场细分	实训项目2：模拟演练——设计高技术产品的市场细分表	实训项目3：走访调查——牙膏的市场定位	实训项目4：情景模拟1——B公司的目标市场选择
实训项目5：情景模拟2——ICE公司电冰箱市场定位	实训项目6：营销游戏——你是否被定位打动了？	实训项目7：营销游戏——品尝饮料	模块三：市场营销策略实训	模块四：市场营销活动管理实训
模块五：市场营销策划实训	附录A 市场营销综合实习指导书	附录B 市场营销技能测试参考文献			

<<市场营销管理实训教程>>

章节摘录

插图：背景介绍广西南宁奥利龙科技有限公司是一家集高新技术开发、生产、销售、服务于一体的公司。

南宁卡琦创新技术研究所是高新技术开发区工业园内的一家以新技术、新成果转化为新产品、新项目的孵化型企业，奥利龙公司与卡琦研究所按照“资源整合、优势互补”的原则，共同开发了奥利龙系列吸水干发产品，该产品的面市，完全打破了传统电吹风机一统干发消费品市场的格局，给消费者以时尚、环保、省时、省电且不伤发的全新干发方式，从而孕育了一个巨大的商机。

奥利龙系列干发产品，采用高新技术超细纤维（DYT）纺织面料制成，该面料最大的特色是具有超强的吸水性，其吸水的速度、吸水量为纯棉毛巾的5倍以上，耐用性是普通毛巾的3倍，手感柔软、舒适、色泽亮丽，为个人护理之佳品。

该产品属于消耗性个人护理产品，市场前景十分广阔。

基于这一产品巨大的市场开发潜力，根据市场营销观念导向制定相应的营销策略攻占市场，大有可为。

资料来源：李文国，推销实训，大连：东北财经大学出版社，2008：53。

场景设计为了进一步开拓市场，奥利龙公司需要招聘一些具有较高销售能力的业务员并在网站上开展了招聘工作。

今天是奥利龙公司初试的第一天，吴吴是公司的招聘经理，前来应聘的有小赵、小钱、小孙和小李四人，为了考核应聘人员的营销观念，吴吴的面试题目是“如何把干发帽卖给短发男士”，而四人要将吴吴作为销售对象，想方设法将干发帽销售给他。

<<市场营销管理实训教程>>

编辑推荐

《市场营销管理实训教程》：现代经济与管理类规划教材,高等学校经济管理类专业实践教学系列教材

<<市场营销管理实训教程>>

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>