第一图书网, tushu007.com

<<高尔夫市场营销实务>>

图书基本信息

书名：<<高尔夫市场营销实务>>

13位ISBN编号：9787543891692

10位ISBN编号：7543891697

出版时间：2013-2

出版时间：周华庭、陈冬祥、孙跃、 蒋小丰 湖南人民出版社 (2013-02出版)

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

<<高尔夫市场营销实务>>

书籍目录

第一章 高尔夫市场营销概述 第一节 市场与市场营销 第二节 市场营销在高尔夫经营管理中的作用 第三节 高尔夫市场的组成及特点 第四节 高尔夫市场营销面临的挑战与发展第二章 高尔夫市场营销环境分析 第一节 高尔夫市场营销环境的特点 第二节 高尔夫市场营销的宏观环境 第三节 高尔夫市场营销的微观环境第三章 高尔夫市场调研与预测 第一节 高尔夫市场调研的分类和内容 第二节 高尔夫市场调查的程序和方法 第三节 高尔夫市场预测的内容和方法第四章 高尔夫市场营销消费者行为分析 第一节 高尔夫消费者需求特征 第二节 高尔夫消费者消费动机和心理 第三节 高尔夫消费者消费过程与影响因素第五章 高尔夫目标市场的选择 第一节 高尔夫市场细分 第二节 高尔夫市场细分的标准与方法 第三节 高尔夫目标市场的选择与市场定位第六章 高尔夫产品策略 第一节 高尔夫产品的特点 第二节 高尔夫新产品的开发 第三节 高尔夫服务策略 第四节 高尔夫产品的生命周期第七章 高尔夫产品的定价策略 第一节 高尔夫产品定价的目标与程序 第二节 高尔夫产品的定价方法 第三节 高尔夫产品的定价策略第八章 高尔夫销售渠道策略 第一节 高尔夫销售渠道概述 第二节 高尔夫销售渠道选择 第三节 高尔夫销售渠道的设计与管理第九章 高尔夫促销策略 第一节 高尔夫促销概述 第二节 高尔夫广告策略 第三节 高尔夫人员销售策略 第四节 高尔夫公共关系第十章 高尔夫市场营销组合与风险控制 第一节 高尔夫企业的营销组合 第二节 高尔夫市场营销风险控制

编辑推荐

高尔夫市场营销学是一门建立在经济科学、行为科学和现代管理理论基础上的综合性应用学科。
它是研究高尔夫企业市场营销活动的理论、原则、方法及一般规律的学科，是研究高尔夫企业如何适应市场、引导市场、创造市场的学科，是高尔夫企业的经营之道和生财之路，是解决高尔夫企业生存和发展的“ 良方 ”。
《高尔夫市场营销实务》（作者：周华庭、陈冬祥）在编写时，立足于高等职业院校教育培养目标，突出了学生职业能力的培养。
在认真总结本课程教学实践的基础上，充分吸收了本学科理论研究和营销实践的新成果、新经验和新材料，形成了由高尔夫市场营销概述、高尔夫市场营销环境、高尔夫市场营销调查与预测、高尔夫市场消费者行为、高尔夫目标市场的选择、高尔夫产品策略、高尔夫定价策略、高尔夫销售渠道策略、高尔夫促销策略、高尔夫市场营销组合与风险控制等内容构成的市场营销学体系。

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