

<<学校营销>>

图书基本信息

书名：<<学校营销>>

13位ISBN编号：9787562435631

10位ISBN编号：7562435634

出版时间：2006-4

出版时间：重庆大学

作者：楚红丽

页数：231

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>

<<学校营销>>

内容概要

本书用营销学的视角和方法审视学校的经营和竞争行为，并为学校在激烈的竞争中取胜提供了一系列有效的建议。

如何有效认识和运用学校营销的技术和手段。

如何科学分析学校营销的环境（包括大环境和小环境）。

如何分析和识别教育消费者及如何对教育市场进行有效细分。

如何识别和分析竞争对手 如何在众多的市场目标中进行定位。

如何结合目标定位打造特色教育服务以及传播特色教育理念。

<<学校营销>>

书籍目录

第1篇 定义学校营销—概念演绎与创新 1 定义学校营销 什么是学校营销 学校营销中的核心概念
学校营销技巧与手段 学校营销与企业营销的差异 学校营销与企业营销的差异 对本书的一点说明
第2篇 学校营销环境分析—大环境与工作环境 2 扫描学校营销环境 学校营销环境概述 学校营销大
环境因素辨识 学校营销工作环境因素辨识 3 分析教育消费者市场和消费行为 教育消费者及其市场
的概念界定 教育消费行为的特点 影响教育消费行为的主要因素 营销与教育消费的购买决策过程 4
识别和分析学校竞争对手 识别学校竞争及竞争状态 分析学校竞争者 学校如何在顾客导向和竞争
者导向中选择 5 辨认教育市场细分和选择目标教育市场 教育市场细分概述 教育市场细分的程序
教育市场细分的程度 教育市场细分与市场目标化第3篇 学校营销工具分析-4P与4C 6 选择与提供顾客
价值 教育产品策略与顾客问题解决 组织开发新教育产品 组合教育产品 打造教育产品的品牌及其
策略 7 传播顾客价值与建立顾客价值网络 教育价格策略与降低顾客成本 教育营销渠道与便利顾客
教育促销决策与有效沟通顾客参考文献后记

<<学校营销>>

编辑推荐

这是很难见得到的一个课题，这是一个很少提及的营销话题。
什么是学校营销?如何有效认识和运用学校营销的技术和手段?
如何科学分析学校营销的环境(包括大环境和小环境)?
如何分析和识别教育消费者及如何对教育市场进行有效细分?
如何识别和分析竞争对手?
如何在众多的市场目标中进行定位?
如何结合目标定位打造特色教育服务以及传播特色教育理念?
本书用营销学的视角和方法审视学校的经营和竞争行为，并为学校在激烈的竞争中取胜提供了一系列有效的建议。

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>