

<<市场营销策划>>

图书基本信息

书名：<<市场营销策划>>

13位ISBN编号：9787564011796

10位ISBN编号：7564011793

出版时间：2008-2

出版时间：北京理工大学出版社

作者：王明东，杨大蓉 编

页数：255

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>

<<市场营销策划>>

内容概要

《市场营销策划》根据高职高专教育特点，在编写过程中以注重技能培养和提高教学水平素质为指导思想，结合参编各校教师多年的教学实践，在总结教学经验及改革成果的基础上编写而成，对市场营销策划的理论、技术、方法和策略进行了通俗易懂的阐述。

《经管类高职高专十一五规划教材：市场营销策划》为适应课堂教学而精心编写，全书共分为15章，主要包括市场营销概论、市场营销策划概论、企业自身分析、企业营销环境分析、市场分析、消费者研究、企业战略策划、目标市场战略策划、市场竞争战略、企业发展战略策划、产品策划、定价策略、分销渠道策划、促销策略和营销策略的实施等。

《经管类高职高专十一五规划教材：市场营销策划》可作为高职高专院校财经、经管各专业教材使用，也可以作为部分教学型本科院校、成人高校、民办高校等相关人员学习参考用书，亦是企业营销人员有价值的工具书和参考用书。

<<市场营销策划>>

书籍目录

第1章 市场营销概论1.1 市场营销与营销理念1.2 市场营销管理第2章 市场营销策划概论2.1 策划概述2.2 市场营销策划2.3 营销策划书第3章 企业自身分析3.1 企业整体分析3.2 企业内部职能分析第4章 企业营销环境分析4.1 企业营销环境概述4.2 企业营销环境的特征4.3 分析环境第5章 市场分析5.1 市场概述5.2 个人市场5.3 组织市场5.4 政府市场5.5 农村市场第6章 消费者研究6.1 消费需求研究6.2 消费动机研究6.3 消费行为研究第7章 企业战略策划7.1 企业战略策划概述7.2 企业使命与远景7.3 企业基本战略第8章 目标市场战略策划8.1 市场细分策划8.2 目标市场选择8.3 市场定位策划8.4 企业形象策划第9章 市场竞争战略9.1 市场领先者战略9.2 市场挑战者战略9.3 市场跟随者战略9.4 市场利基者战略第10章 企业发展战略策划第11章 产品策划第12章 定价策略第13章 分销渠道策划第14章 促销策略第15章 营销策划的实施

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>