

<<市场营销理论与实训>>

图书基本信息

书名：<<市场营销理论与实训>>

13位ISBN编号：9787564025472

10位ISBN编号：7564025476

出版时间：2009-8

出版时间：北京理工大学出版社

作者：朱晓杰，林建宁，周海娟 主编

页数：247

字数：326000

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>

<<市场营销理论与实训>>

内容概要

《市场营销理论与实训》立足高职，以“适用、管用、够用”为原则，力求灵活、适用，根据就业岗位群所需的知识结构来确定教材的具体内容。

本书共11章，分别是市场营销概述，市场营销环境，消费者购买行为分析，产品策略，价格策略，分销渠道策略，市场营销调研与预测，市场细分与目标市场选择，促销策略，服务营销，市场营销新模式。

内容全面，详略得当，简明扼要。

书中配合各个知识点穿插了大量的案例，贴近现实，轻松易学；每章均配可操作性很强的实训指导，举一反三，提高实践能力。

<<市场营销理论与实训>>

书籍目录

- 第一章 市场营销概述
 - 第一节 市场与市场营销
 - 第二节 市场营销观念的演变
 - 第三节 市场营销的学习内容和学习方法
- 第二章 市场营销环境
 - 第一节 市场营销环境概述
 - 第二节 宏观营销环境分析
 - 第三节 微观营销环境分析
 - 第四节 市场营销环境的分析方法及市场机会分析
- 第三章 消费者购买行为分析
 - 第一节 消费者市场概述
 - 第二节 影响消费者购买行为的因素
 - 第三节 消费者购买决策过程
- 第四章 市场营销调研与预测
 - 第一节 市场调研
 - 第二节 市场调研的方法与步骤
 - 第三节 市场调研报告的撰写
 - 第四节 市场预测
- 第五章 市场细分与目标市场选择
 - 第一节 市场细分
 - 第二节 目标市场选择
 - 第三节 市场定位
- 第六章 产品策略
- 第七章 价格策略
- 第八章 分销渠道策略
- 第九章 促销策略
- 第十章 服务营销
- 第十一章 市场营销新模式
- 参考文献

<<市场营销理论与实训>>

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>