

<<市场营销核心技能训练>>

图书基本信息

书名：<<市场营销核心技能训练>>

13位ISBN编号：9787564054373

10位ISBN编号：7564054379

出版时间：2012-1

出版时间：北京理工大学出版社

作者：张永红

页数：230

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>

<<市场营销核心技能训练>>

内容概要

本书的整体构思，是以培养学生的高技能、高素质为目标，在提升学生专业技能的同时，更注重学生职业素养的培养，体现了高职教育改革的方向。

编者在撰写此书过程中，始终与企业密切合作，并曾多次到企业进行实地调研。

该书由天津轻工职业技术学院教师、天津渤海职业技术学院教师及企业人员共同合作编写完成，突出了校企合作的特点。

其中，天津东南公信家具有限公司封华总经理为我们提供了大量的资料，今晚传媒集团今晚网张力副总经理亲自编写了项目七“产品销售实施”。

本书共分为七个训练项目、十六个任务，以训练学生的营销实战技能和培养学生职业素养为主要目标，按照教、学、做一体化的教学模式设计并完成整个教学过程。

<<市场营销核心技能训练>>

书籍目录

项目一 市场分析

任务一：环境分析

1.1.1 市场营销环境

1.1.2 市场营销环境分析意义

1.1.3 企业对营销环境的对策

1.1.4 市场营销环境评估考虑因素小结

任务二：购买行为分析

1.2.1 暗箱理论

1.2.2 购买者行为反应

1.2.3 消费者行为的一般模式

1.2.4 影响消费者行为的因素

1.2.5 消费者购买行为类型及决策过程

1.2.6 有组织的市场购买行为分析

任务三：竞争者分析

1.3.1 市场竞争的主要形式

1.3.2 发现竞争者

1.3.3 市场竞争者策略分析

1.3.4 竞争者的市场反应行为

1.3.5 市场竞争策略

任务四：市场调研技术任务

1.4.1 市场营销调研

1.4.2 市场调查的具体步骤

1.4.3 市场调查的重要工具--问卷

1.4.4 制订“调查计划”操作步骤

1.4.5 “第二手资料”收集

1.4.6 实地问卷调查

1.4.7 “调查问卷”统计

1.4.8 《营销调研报告》撰写步骤

项目二 目标市场定位

任务一：市场细分

2.1.1 市场细分的含义及依据

2.1.2 市场细分的依据

2.1.3 市场细分的标准、原则和步骤

任务二：确定目标市场

2.2.1 目标市场的选择

2.2.2 目标市场进入策略

2.2.3 目标市场进入策略的选择

任务三：市场定位

2.3.1 市场定位的概念及步骤

2.3.2 市场定位的原则

2.3.3 市场定位方法

2.3.4 市场定位策略

项目三 制定产品策略

任务一：新产品设计

3.1.1 市场分析

<<市场营销核心技能训练>>

3.1.2 产品与产品组合

3.1.3 新产品开发策略

3.1.4 包装与包装策略

任务二：分析产品的市场生命周期

产品生命周期

项目四 制定价格策略

任务：制定价格策略

4.1.1 影响定价的主要因素

4.1.2 消费者的价格心理

4.1.3 定价方法

4.1.4 定价的基本策略

4.1.5 价格调整策略

4.1.6 产品价格调整流程

项目五 制定渠道策略

任务一：分销渠道的设计

5.1.1 分销渠道的职能与类型

5.1.2 分销渠道策略

.....

项目六 产品销售实施

项目七 产品销售实施

<<市场营销核心技能训练>>

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>