第一图书网, tushu007.com

<<市场营销实务>>

图书基本信息

书名：<<市场营销实务>>

13位ISBN编号：9787564054502

10位ISBN编号：7564054506

出版时间：2012-1

出版时间：北京理工大学出版社

作者：苏慧杰，李春芝　主编

页数：253

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

内容概要

为了适应高等学校学生对营销知识和技能的需求，我们编写了《市场营销实务》这本教材，以迅速提升从业人员的市场营销素质。
根据高等学校教育市场营销培养目标与教学特点的要求，《面向“十二五”高等教育课程改革项目研究成果：市场营销实务》紧紧围绕营销策划过程和不同行业市场状况，按照“三个中心原则”设计、共分十二章编写了教材内容。
全书的主要内容是：以高速成长的行业为立足点，将市场营销的全部基本原理、方法和营销的各个具体环节有机结合起来，系统介绍了营销的概念、原理；营销环境，从宏观分析到微观分析及市场调研；营销的各种战略，4P策略以及营销的计划、组织、控制措施。
《面向“十二五”高等教育课程改革项目研究成果：市场营销实务》不仅可作为高等本科学校、高等专科学校、成人院校、民办院校的市场营销、工商企业管理、商务管理等经济管理类教材，还可以作为企业经理和营销人员的培训教材。

<<市场营销实务>>

书籍目录

第1章 市场营销概述
学习目标
引导案例
1.1 市场营销
1.1.1 市场营销的基本内涵
1.1.2 市场营销的核心概念
案例1-1 伊利奶牛享VIP待遇有机奶定义乳业健康新标准
1.2 市场和市场营销观念
1.2.1 市场及其相关概念
1.2.2 市场营销观念的演进
案例1-2 蒙牛“ 酸酸乳饮料 ”为何能畅行
1.2.3 市场营销的创新
案例1-3 文化营销赋予蒙牛价值创新
案例1-4“ 小把戏 ”带来大收益
1.3 市场营销理论的主要框架
1.3.1 市场营销学的相关理论基础及知识结构
1.3.2 微观市场营销学的逻辑结构
本章小结
思考题
案例分析
第2章 市场调研与预测
学习目标
引导案例
2.1 市场调研
2.1.1 市场调研的含义和内容
2.1.2 市场调研的程序
案例2-1 如果奇多吃上去没有奶酪味，还是奇多吗
2.2 市场预测
2.2.1 市场需求测量
2.2.2 预测当前需求
2.2.3 预测未来需求
本章小结
思考题
案例分析
第3章 市场营销环境
学习目标
引导案例
3.1 市场营销环境概述
3.1.1 市场营销环境
3.1.2 营销环境的特点
3.2 营销微观环境
3.2.1 企业内部
3.2.2 供应商
案例3.1 春兰公司是如何维系经销商的
3.2.3 营销中介机构

3.2.4 顾客
3.2.5 竞争者
3.2.6 公众
案例3-2 新希望集团的改制风波
3.3 营销宏观环境
3.3.1 人口环境
3.3.2 经济环境
3.3.3 自然环境
3.3.4 技术环境
3.3.5 政治与法律环境
3.3.6 社会与文化环境
本章小结
思考题
案例分析
第4章 消费行为分析
学习目标
引导案例
……
第5章 市场的细分、目标市场选择和市场定位
第6章 企业营销战略
第7章 产业策略
第8章 价格策略
第9章 分销渠道
第10章 批发、零售和供应链管理
第11章 促销策略
第12章 营销的计划、组织与控制
参考文献

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