

<<市场营销>>

图书基本信息

书名：<<市场营销>>

13位ISBN编号：9787810788816

10位ISBN编号：7810788817

出版时间：2007-7

出版时间：对外经济贸易大学出版社

作者：吴飞美

页数：283

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>>

内容概要

《21世纪高职高专新概念（财经类）系列教材：市场营销》设计的编写思路是“结合国情，突出特色，注重实用”。

作者通过对现有市场营销教材的学习借鉴，结合高等职业教育的实际，编写了《21世纪高职高专新概念（财经类）系列教材：市场营销》，旨在提高读者的实践能力、应用能力和解决实际问题的能力，并力求给读者留下一些具有深刻印象和明确启示作用的概念。

《21世纪高职高专新概念（财经类）系列教材：市场营销》分为上、下两篇，上篇包括营销基本理论和营销基本要素，下篇包括营销的战略和策略。

这两部分既相互独立，又相互联系、相互影响和相互印证。

《21世纪高职高专新概念（财经类）系列教材：市场营销》注意将国内外市场营销的最新观点、最新理论介绍给读者，力争做到内容丰富，信息全面，最大可能地满足读者对市场营销知识的需求。

<<市场营销>>

书籍目录

上篇 营销理论第一章 市场营销概述【学习目标】【重点难点】第一节 导论第二节 市场营销与市场营销管理第三节 市场第四节 市场营销观念的形成与发展【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第二章 市场营销环境分析【学习目标】【重点难点】第一节 市场营销环境概述第二节 市场营销环境研究的内容第三节 市场营销环境研究方法——SWOT分析法【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第三章 市场购买行为【学习目标】【重点难点】第一节 消费者市场购买行为第二节 组织市场的类别与特性【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第四章 市场营销调研【学习目标】【重点难点】第一节 市场营销调研概述第二节 市场营销调研程序【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第五章 市场细分、选择目标市场和市场定位【学习目标】【重点难点】第一节 市场细分第二节 目标市场及其策略第三节 市场定位【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第六章 技能训练【学习目标】【重点难点】营销实战训练案例训练下篇 营销战略与策略第七章 企业战略管理过程【学习目标】【重点难点】第一节 规定企业任务和目标第二节 制定企业的业务投资组合战略方案第三节 制定新业务计划【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第八章 市场竞争战略分析【学习目标】【重点难点】第一节 竞争者分析第二节 市场领导者战略第三节 市场挑战者战略第四节 市场追随者与市场补缺者战略【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第九章 产品策略【学习目标】【重点难点】第一节 产品组合策略第二节 品牌和商标策略第三节 包装策略第四节 产品生命周期第五节 新产品的开发策略【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第十章 产品定价策略【学习目标】【重点难点】第一节 影响定价的主要因素第二节 定价的一般方法第三节 产品定价策略第四节 价格变动反应及价格调整【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第十一章 分销渠道策略【学习目标】【重点难点】第一节 分销渠道概述第二节 中间商第三节 分销渠道的设计、选择与管理【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第十二章 促销策略【学习目标】【重点难点】第一节 促销组合第二节 人员推销策略第三节 广告策略第四节 销售促进策略第五节 公共关系策略【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第十三章 市场营销管理【学习目标】【重点难点】第一节 市场营销组织第二节 市场营销计划第三节 市场营销执行第四节 市场营销控制【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第十四章 服务市场营销【学习目标】【重点难点】第一节 服务市场营销概述第二节 服务营销组合战略第三节 服务质量管理【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第十五章 技能训练【学习目标】【重点难点】营销实战训练案例训练参考文献

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>