<<市场营销实物>>

图书基本信息

书名:<<市场营销实物>>

13位ISBN编号: 9787811136036

10位ISBN编号: 7811136031

出版时间:2009-2

出版时间:湖南大学出版社

作者:文腊梅,冯和平,江劲松 主编

页数:310

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

<<市场营销实物>>

内容概要

本书是普通高等教育"十一五"国家级规划教材,主要适用对象是高职高专学生。

在教材的体系安排上,基于营销工作过程、以营销活动流程为主线,形成一个清晰的逻辑框架,突 出教材的工学结合特点。

教材基于营销过程的五个步骤,形成11个学习型工作任务:认识市场营销(任务1树立现代市场营销观念,任务2把握市场导向的战略计划);分析市场机会(任务3分析市场营销环境,任务4分析消费者市场和生产者市场,任务5管理市场营销信息);确定目标市场(任务6选择目标市场);制定营销策略(任务7制定产品策略,任务8制定价格策略,任务9选择分销渠道,任务10掌握促销组合工具);实施营销管理(任务11管理营销活动)。

本教材最突出的特点就是对营销实践活动的指导具有可操作性。

每项任务都有一个实训操作模块,每个模块内至少包括两个实训项目,即案例分析和实际操作。

每个实训都设计了实训内容、实训准备、实训组织和实训评价四个部分。

为案例分析提供了丰富的素材,为实训作业提供了参考范文。

本教材配有PPT,使用者可与本书责任编辑联系(presswanghi@hnu.cn)。

<<市场营销实物>>

书籍目录

任务1 树立现代市场营销观念 【任务目标】 【案例导入】 【理论指导】 一、了解市场营销的 定义及营销活动过程 二、理解市场营销的核心概念 三、认识市场营销观念的演变过程 四、把握 市场营销观念的新发展 【复习与思考】 【实训操作】 实训一:案例分析 实训二:营销体验任 务2 把握市场导向的战略计划 【任务目标】 【案例导入】 【理论指导】 一、了解公司战略计 划的内容 二、认识营销战略与营销组合 三、掌握营销活动管理过程 【复习与思考】 作】 实训一:案例分析 实训二:制定营销计划任务3分析市场营销环境 【任务目标】 【理论指导】 一、明确分析市场营销环境的意义 二、市场营销宏观环境分析 三、市场 营销微观环境分析 四、市场营销环境综合分析 【复习与思考】 【实训操作】 实训一:案例分 析 实训二:分析企业营销环境任务4分析消费者市场与生产者市场 【任务目标】 【案例导入】 【理论指导】 一、了解消费者市场的特点 二、分析影响消费者购买行为的因素 三、认识消费 者购买决策的过程 四、了解生产者市场的特点 五、分析影响生产者购买决策的因素 六、认识生 【复习与思考】 【实训操作】 实训一:案例分析 实训二:观察消费者购 产者购买决策的过程 买行为任务5 管理市场营销信息 【任务目标】 【案例导入】 【理论指导】 一、认识市场营销 信息的作用 二、建立市场营销信息系统 三、组织营销调研 【复习与思考】 【实训操作】 实 训一:案例分析 实训二:问卷设计 实训三:市场调研任务6选择目标市场 【任务目标】 例导入】 【理论指导】 一、市场细分 二、目标市场选择 三、市场定位 【复习与思考】 实训一:案例分析 实训二:目标市场调查 实训三:市场定位任务7制定产品策略 实训操作】 【案例导入】 【理论指导】 一、产品与产品组合策略 二、产品市场生命周期策略 【复习与思考】 三、新产品开发策略 四、品牌及包装策略 【实训操作】 实训一:案例分析 实训二:产品组合策划 实训三:品牌与包装策划任务8 制定价格策略 【任务目标】 【案例导入 【理论指导】 一、了解企业定价的目标和程序 二、分析影响产品定价的主要因素 三、确定 产品定价的一般方法 四、制定产品定价的基本策略 【复习与思考】 【实训操作】 实训一:案 例分析 实训二:价格调查 实训三:产品定价策划任务9 选择分销渠道 【任务目标】 【案例导 一、了解分销渠道的作用与类型 二、分销渠道的设计与管理 三、认识中间 商的作用 四、了解产品实体分销过程 【复习与思考】 【实训操作】 实训一:案例分析 实训 二:分销渠道调查 实训三:分销渠道设计任务10 掌握促销组合工具 【任务目标】 【理论指导】 一、了解促销组合的内容 二、掌握人员推销的基本内容 三、掌握广告促销的基 本内容 四、掌握公共关系的基本内容 五、掌握营业推广的基本内容 【复习与思考】 作】 实训一:案例分析 实训二:模拟人员推销 实训三:促销组合策划任务11 管理营销活动 【案例导入】 【理论指导】 一、营销组织的变化发展趋势 二、了解营销控制内容 三、掌握营销审计方法 【复习与思考】 【实训操作】 实训一:案例分析 实训二:制订营销计 划参考文献

<<市场营销实物>>

编辑推荐

《市场营销实务》是一本基于营销工作过程、由任务驱动的工学结合的教材。 它的目标是为高职高专市场营销基础课程提供一本知识新、实践指导性强的专门教学用书,同样适应 作为成人高校用作参考教材以及企业营销人员的培训用书。

《市场营销实物(高职高专市场营销电子商务专业规划教材)》主要内容包括把握市场导向的战略计划 ,分析市场营销环境,分析消费者市场与生产者市场,选择目标市场,制定产品策略,掌握促销组合 工具,管理营销活动等。

<<市场营销实物>>

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