

<<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（presswanghj@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】 【实训操作】 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】 【案例导入】 【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、认识生产者购买决策的过程 【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】 【案例导入】 【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】 【实训操作】 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 【任务目标】 【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 三、新产品开发策略 四、品牌及包装策略 【复习与思考】 【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】 【案例导入】 【理论指导】 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】 【案例导入】 【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】 【实训操作】 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 【任务目标】 【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

<<市场营销实务>>

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。

《市场营销实务(高职高专市场营销电子商务专业规划教材)》主要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。

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>