

<<市场营销>>

图书基本信息

书名：<<市场营销>>

13位ISBN编号：9787040201642

10位ISBN编号：704020164X

出版时间：2007-9

出版范围：高等教育

作者：刘登辉

页数：1194

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

《全国高职高专教育十一五规划教材：市场营销（石油化工类专业适用）》以培养学生职业能力，提高学生职业素质为主线，循序渐进地介绍了市场与市场营销，顾客满意与营销管理，产品策略，产品价格策略，产品分销渠道管理，产品促销管理与品牌经营，网络营销与电子商务等内容，在每章安排有开篇案例、学习目标、阅读资料、知识拓展等栏目，便于学生学习和扩展知识面。

《全国高职高专教育十一五规划教材：市场营销（石油化工类专业适用）》突出实用性和针对性，在每章之后附有含案例分析的自测题，并在全书最后给出了参考答案。

《全国高职高专教育十一五规划教材：市场营销（石油化工类专业适用）》适应于应用性、技能型教育的各类院校石油化工类专业的相关课程，也可供有志手市场营销实务操作的人员学习参考。

## &lt;&lt;市场营销&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 市场与市场营销开篇案例 车市火爆引发汽车润滑油之争升级学习目标第一节 市场概述一、社会分工与市场二、石化产品市场概述第二节 市场营销一、市场营销基础知识二、市场营销观念的发展三、企业目标市场的确定自测题第二章 顾客满意与营销管理开篇案例 科诺农药的低重心营销学习目标第一节 顾客满意概述一、市场需求分析二、顾客满意第二节 顾客满意指标体系一、顾客满意指标体系的建立二、实施顾客满意战略的基本步骤三、顾客满意度测评对企业的意义第三节 营销方式的变革一、关注顾客终身价值二、创新营销理念第四节 市场营销管理过程一、分析市场机会二、选择目标市场三、进行市场营销策略组合四、执行与控制市场营销活动自测题第三章 产品策略开篇案例 从“喝涂料”事件看企业的产品推广策略学习目标第一节 石化产品知识一、石油产品二、基本化工原料三、化工产品简介第二节 产品组合策略一、产品的含义二、产品组合策略第三节 化工产品的安全与储运一、危险化学品的种类与装卸搬运安全操作二、危险化学品的储存保管三、危险化学品的使用销售和运输自测题第四章 产品价格策略开篇案例 中石油降价冲击波学习目标第一节 产品定价的理论基础一、需求分析二、均衡定价分析三、企业定价的一般方法第二节 产品价格竞争分析一、企业定价程序二、企业定价的基本策略三、企业价格变动策略四、企业价格竞争分析自测题第五章 产品分销渠道管理开篇案例 “上海轮胎”的衰退之谜学习目标第一节 产品分销渠道策略一、产品分销渠道的层次二、分销渠道的长度三、分销渠道的宽度四、分销渠道的管理第二节 产品整合营销一、整合营销的含义二、4cs组合策略三、整合营销的特点四、整合营销的形式五、客户关系管理第三节 供应链与物流管理一、供应链管理二、物流管理三、化工产品的外销自测题第六章 产品促销管理与品牌经营开篇案例 “泻痢停”成功的广告促销学习目标第一节 促销组合策略一、促销的作用二、促销组合三、销售促进第二节 商务代理管理一、代理与商务代理二、销售代理管理第三节 广告策略一、广告的特点二、广告媒体的选择三、广告效果的评价第四节 品牌经营一、品牌及品牌资产二、品牌决策自测题第七章 网络营销与电子商务开篇案例 别让企业网站成为摆设学习目标第一节 网络营销一、网络营销概述二、网络营销的特征三、网络营销的组成四、网络营销系统的开发第二节 电子商务一、电子商务的工作流程二、电子商务的特点三、电子商务系统功能简介四、电子商务的基本类型自测题自测题参考答案主要参考资料

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>