

<<市场营销原理与实训教程>>

图书基本信息

书名：<<市场营销原理与实训教程>>

13位ISBN编号：9787040324082

10位ISBN编号：7040324083

出版时间：2011-6

出版时间：高等教育出版社

作者：彭石普，梁若冰 著

页数：225

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>

<<市场营销原理与实训教程>>

内容概要

《市场营销原理与实训教程（第2版）》是普通高等教育“十一五”国家级规划教材修订版，也是普通高等教育国家级精品教材修订版。

本书内容包括：市场营销观念与基本理论、消费心理与消费者购买行为、市场环境分析与市场营销调研、市场细分与目标市场策略、产品策略、定价策略、分销渠道策略、促销基本策略、人员推销与营业推广、广告促销与公关促销、市场营销综合学习成果展示等。

《市场营销原理与实训教程（第2版）》的特色是：具有一定的创新性，内容丰富多彩、形式灵活多样，具有较强的实用性，注重知识性、趣味性、可操作性相结合。

《市场营销原理与实训教程（第2版）》可作为高职高专市场营销及相关专业应用型、技能型人才培养的教材，还可以作为社会从业人员的业务参考书及培训用书。

<<市场营销原理与实训教程>>

书籍目录

第一章 市场营销观念与基本理论学习目标走进营销理论教学一、市场营销的概念和特点二、市场营销观念的演变及新发展三、市场营销基本理论实训教学一、评价分析训练二、混合选择训练三、案例分析训练四、情境模拟演练和自我推销演练五、实习实训操练本章小结案例分析范例第二章 消费心理与消费者购买行为学习目标走进营销理论教学一、消费者购买行为分析二、影响消费者购买行为的因素三、消费者购买决策过程实训教学一、评价分析训练二、混合选择训练三、案例分析训练四、情境模拟演练五、实习实训操练本章小结案例分析范例第三章 市场环境分析与市场营销调研学习目标走进营销理论教学一、市场环境分析二、市场营销调研实训教学一、评价分析训练二、混合选择训练三、案例分析训练四、情境模拟演练五、实习实训操练本章小结实训报告范例第四章 市场细分与目标市场策略学习目标走进营销理论教学一、市场细分二、目标市场选择三、市场定位实训教学一、评价分析训练二、混合选择训练三、案例分析训练四、情境模拟演练五、实习实训操练本章小结第五章 产品策略学习目标走进营销理论教学一、产品组合策略二、产品生命周期策略三、新产品开发策略四、产品品牌策略五、产品包装策略实训教学一、评价分析训练二、混合选择训练三、案例分析训练四、产品层次结构分析演练、情境模拟演练和新产品推销说服话术演练五、实习实训操练本章小结实训报告范例第六章 定价策略学习目标走进营销理论教学一、影响定价的因素二、定价目标三、定价方法四、定价策略实训教学一、评价分析训练二、混合选择训练三、案例分析训练四、情境模拟演练五、讨价还价实践本章小结案例分析范例第七章 分销渠道策略学习目标走进营销理论教学一、分销渠道的选择二、分销渠道的管理实训教学一、评价分析训练二、混合选择训练三、案例分析训练四、情境模拟演练五、实习实训操练本章小结实训报告范例第八章 促销基本策略学习目标走进营销理论教学一、促销的原则与流程二、促销组合策略实训教学一、评价分析训练二、混合选择训练三、案例分析训练四、情境模拟演练五、实习实训操练本章小结实训报告范例第九章 人员推销与营业推广学习目标走进营销理论教学一、人员推销二、营业推广实训教学一、评价分析训练二、混合选择训练三、案例分析训练四、情境模拟演练、电话约访演练和接洽与初次面谈演练五、商品推销实践本章小结第十章 广告促销与公关促销学习目标走进营销理论教学一、广告促销二、公关促销实训教学一、评价分析训练二、混合选择训练三、案例分析训练四、情境模拟演练本章小结案例分析范例第十一章 市场营销综合学习成果展示学习目标综合实训教学一、市场营销综合实训与学习成果展示活动安排二、现场模拟演示与学习成果展示活动安排演示脚本范例主要参考文献

<<市场营销原理与实训教程>>

章节摘录

1.经济因素 个人的经济状况，如可支配收入、储蓄和借贷能力等，在很大程度上影响着消费者对产品的选择。

营销人员虽然不能改变消费者的经济状况，但能够影响消费者的消费与储蓄态度。

2.生理因素 生理因素是指年龄、性别、体征（高矮、胖瘦）、健康状况和嗜好等生理特征。生理因素影响消费者对产品种类、款式、功能等方面的要求。

例如，消费者对食品、衣着、娱乐、教育等方面的消费，就具有明显的年龄特征。

3.个性 所谓个性，就是指一个人的心理特征。

个性特征有许多种类型，如外向与内向、自信与自卑、冒险与谨慎、独立与依赖、主动与被动、领导与追随、乐观与悲观等。

直接与消费者个性相联系的购买风格有习惯型、理智型、经济型、冲动型、想象型、不定型等。

4.生活方式 所谓生活方式，就是指一个人在生活环境中，以其活动、兴趣和看法表现出来的生活模式。

生活方式比社会阶层和个性更深刻、更全面地制约着一个人在态度、行为和心理需要方面的特点，形成节俭型、奢侈型、守旧型、时尚型、成就型及自我主义型等不同购买风格。

.....

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>