

<<市场营销实务>>

图书基本信息

书名：<<市场营销实务>>

13位ISBN编号：9787111327950

10位ISBN编号：7111327950

出版时间：2011-2

出版时间：机械工业出版社

作者：李海琼

页数：325

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>

<<市场营销实务>>

内容概要

本书是浙江省精品课程“市场营销理论与实务”立体化配套系列教材之一，是实施任务驱动的项目教学改革成果教材。

本书非常注重营销实务方面的建设，其配套实训教材《市场营销实训教程》为普通高等教育“十一五”国家级规划教材。

本书按照工学结合、任务驱动、项目教学的项目教材编写模式，基于职业岗位分析和具体工作过程的设计理念，将内容划分为五大业务模块、12个工作项目和若干工作任务，构建了“感悟市场营销—市场机会分析—目标市场决策—营销组合决策—市场营销管理”的市场营销课程内容体系。

本书重视职业能力的培养与训练，有利于培养学习者的职业素质与市场营销职业技能。

本书不仅适用于高职高专院校财经类专业，人文、社科类专业，相关理工类专业和其他相关学历层次市场营销课程的教学，也可供企业培训、经济管理干部与自学者参考使用，还可以作为社会从业人员的业务参考书及培训用书

<<市场营销实务>>

书籍目录

前言 教学建议 模块一 感悟市场营销 项目一 市场营销认知 任务1 市场营销内涵解读 任务2 现代营销观念构建 任务3 市场营销思想新发展 模块二 市场机会分析 项目二 市场营销环境分析 任务1 市场营销环境系统构成 任务2 企业宏观营销环境分析 任务3 企业微观营销环境分析 项目三 消费者市场分析 任务1 消费者市场认知 任务2 消费者购买行为分析 任务3 消费者市场购买决策 项目四 产业市场分析 任务1 产业市场认知 任务2 产业市场购买行为分析 任务3 产业市场购买决策 项目五 市场竞争者识别与分析 任务1 竞争者识别 任务2 市场竞争者分析 任务3 市场竞争战略规划 模块三 目标市场决策 项目六 目标市场选择与定位 任务1 市场细分 任务2 目标市场选择 任务3 市场定位 项目七 国际市场营销 任务1 国际市场营销认知 任务2 国际目标市场选择 任务3 国际营销组合策略 模块四 营销组合决策 项目八 产品策略 任务1 产品组合决策 任务2 产品生命周期解析 任务3 新产品开发决策 任务4 品牌与包装决策 项目九 价格策略 任务1 影响定价的因素分析 任务2 定价方法选择 任务3 定价策略制定 项目十 分销策略 任务1 分销模式选择 任务2 中间商选择 任务3 分销渠道决策 任务4 分销渠道管理 项目十一 促销策略 任务1 促销影响因素分析 任务2 促销方案制订 模块五 市场营销管理 项目十二 市场营销计划、组织与控制 任务1 市场营销计划制订 任务2 市场营销组织设计 任务3 市场营销活动控制 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>