

<<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：9787111337898

10位ISBN编号：7111337891

出版时间：2011-5

出版时间：机械工业出版社

作者：李宇红 编

页数：242

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

本书打破了按照顺序平铺直叙设计内容的惯例，而是突出市场营销的实用性、操作性的特点，在理论与实践并举的同时，重在实践；将教、学、做有机整合，强调在做中学。

通过设计的训练任务，提高理论应用于实践的技能。

本书主要包括：现代市场营销理念、市场调查、市场营销环境、市场竞争战略、目标市场战略、产品策略、价格策略、分销渠道策略和促销策略。

本书适用于普通高等院校（高职高专、应用性本科）、成人高校、民办高校及本科院校举办的二级职业技术学院市场工商管理、经济管理、市场营销等经管类专业，以及其他市场营销培训课程的教学，同时也可以作为企业市场营销培训教材。

# <<市场营销实务>>

## 书籍目录

前言

### 第1章 现代市场营销理念

1.1 市场营销及其演进

1.2 顾客满意的方法与实践

1.3 市场营销发展趋势

【训练任务】树立现代市场营销意识

思考题

### 第2章 市场调查

2.1 市场调查概述

2.2 市场调查的方法及技术

【训练任务】制订企业调查方案

2.3 市场营销预测

思考题

### 第3章 市场营销环境

3.1 市场营销环境概述

3.2 宏观营销环境

3.3 市场营销微观环境

3.4 市场环境分析方法

【训练任务】用SWOT分析法分析企业环境

思考题

### 第4章 市场竞争战略

4.1 竞争观念

4.2 市场竞争分析

4.3 竞争战略

4.4 竞争策略

【训练任务】分析竞争对手，制订竞争战略

思考题

### 第5章 目标市场战略

5.1 目标市场营销

5.2 市场细分

【训练任务1】:确定企业的细分市场

5.3 选择目标市场

【训练任务2】:选择企业的目标市场

5.4 市场定位

【训练任务3】:设计制订企业的市场定位

思考题

### 第6章 产品策略

6.1 产品整体概念与产品组合

【训练任务1】:确定企业的产品组合策略

6.2 产品生命周期及其营销策略

【训练任务2】:确定与企业所处产品生命周期相应的策略

6.3 品牌与包装策略

【训练任务3】:制订企业的品牌策略和包装策略

思考题

### 第7章 价格策略

## <<市场营销实务>>

### 7.1影响企业定价的因素

【训练任务1】:明确企业定价的主要目标

### 7.2企业定价的方法

【训练任务2】:了解不同类型产品的定价方法

### 7.3价格的调整策略

【训练任务3】:掌握企业定价的策略和方法

思考题

## 第8章 分销渠道策略

### 8.1分销渠道概述

### 8.2中间商

### 8.3分销渠道的策略

### 8.4分销渠道的管理

【训练任务】制订企业分销渠道策略

思考题

## 第9章 促销策略

### 9.1促销概述

### 9.2人员推销

### 9.3广告

### 9.4营业推广

### 9.5公共关系

【训练任务】制订企业促销方案

思考题

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>