

<<市场营销原理与实务>>

图书基本信息

书名：<<市场营销原理与实务>>

13位ISBN编号：9787111368793

10位ISBN编号：7111368797

出版时间：2012-1

出版时间：机械工业出版社

作者：冯晓莉 等主编

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>

<<市场营销原理与实务>>

内容概要

本书在编写过程中，以国家职业标准为依据，以“工学结合”的高职教学理念和教学方法为指导，努力探索以任务驱动法带动相关知识教学的新思路，以培养技术应用能力为主线，全面设计学生的培养方案，从职业分析入手，根据职业岗位所需的知识来确定本书的内容。

在理论知识适度的前提下，力争达到理论与实践相结合，知识与应用相统一，从而实现高职教育的目标。

全书共十章，内容包括：市场营销导论、战略规划与营销管理、市场营销环境分析、消费者市场和组织市场分析、市场调查与市场预测、目标市场的选择、产品策略、价格策略、分销渠道、促销策略。

本书可作为高职高专经济、管理类专业教学用书，也可作为其他人员学习营销知识的教材或自学参考书。

<<市场营销原理与实务>>

书籍目录

前言

第一章 市场营销导论

- 第一节 明确市场营销及相关的概念
- 第二节 市场营销观念的发展
- 第三节 市场营销学的发展历程和研究对象
- 本章小结
- 知识练习与思考
- 实训操作

第二章 战略规划与营销管理

- 第一节 营销战略规划
- 第二节 制定营销战略规划
- 第三节 营销管理过程
- 第四节 制定竞争性营销战略
- 本章小结
- 知识练习与思考
- 实训操作

第三章 市场营销环境分析

- 第一节 了解市场营销环境分析的意义
- 第二节 市场营销微观环境分析
- 第三节 市场营销宏观环境分析
- 本章小结
- 知识练习与思考
- 实训操作

第四章 消费者市场和组织市场分析

- 第一节 了解消费者市场
- 第二节 消费者的购买动机和购买行为
- 第三节 影响消费者购买行为的基本因素
- 第四节 消费者购买决策
- 第五节 组织市场购买行为
- 本章小结
- 知识练习与思考
- 实训操作

第五章 市场调查与市场预测

- 第一节 市场调查概述
- 第二节 实施市场调查
- 第三节 市场预测
- 本章小结
- 知识练习与思考
- 实训操作

第六章 目标市场的选择

- 第一节 目标市场营销战略
- 第二节 市场细分
- 第三节 选择目标市场
- 第四节 市场定位
- 本章小结

<<市场营销原理与实务>>

知识练习与思考

实训操作

第七章 产品策略

第一节 产品概念及产品组合

第二节 产品生命周期

第三节 新产品开发

第四节 产品品牌策略

第五节 产品包装策略

本章小结

知识练习与思考

实训操作

第八章 价格策略

第一节 影响产品定价的因素

第二节 企业的定价目标

第三节 定价方法

第四节 定价策略

第五节 价格调整

本章小结

知识练习与思考

实训操作

第九章 分销渠道

第一节 分销渠道概述

第二节 分销渠道决策

第三节 中间商

本章小结

知识练习与思考

实训操作

第十章 促销策略

第一节 促销组合

第二节 人员推销

第三节 广告

第四节 营业推广

第五节 公共关系

本章小结

知识练习与思考

实训操作

参考文献

<<市场营销原理与实务>>

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>