

<<市场营销理论与实训>>

图书基本信息

书名：<<市场营销理论与实训>>

13位ISBN编号：9787121023101

10位ISBN编号：7121023105

出版时间：2006-3

出版时间：电子工业

作者：张卫东

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>

<<市场营销理论与实训>>

内容概要

本书立足高职高专教学实践，以职业技能培养为核心，体现了“知识的实用性、方法的训练性、教学的趣味性”原则。

在系统介绍市场营销基本理论的基础上，本书运用大量图表与小案例，使得知识表述条理清晰、丰富生动，并精选了国家相关职业资格考试题目、著名企业营销人员面试与员工培训题目，较好地体现了高职教材技能训练的要求。

本教材适用于高职专院校、成人高校市场营销、工商管理、商务贸易等专业，本教材设计课时40~60课时（其中理论教学占课时60%，实训教学占课时40%）。

<<市场营销理论与实训>>

作者简介

张卫东，太原大学经济贸易系副主任，中国就业培训技术指导中心电子商务师职业资格培训（辅导）教师，山西省会计学会高等职业教育研究会副秘书长。
中国人民大学继续教育学院山西分院、太原理工大学职业技术学院、山西工商职业技术学院、山西金融职业技术学院等校兼职教师，并

<<市场营销理论与实训>>

书籍目录

第1章 市场营销概述 1.1 市场营销的科学内涵 1.2 市场营销管理 1.3 市场营销学 第2章 现代营销观念与理论 2.1 传统市场营销观念 2.2 现代市场营销观念 2.3 现代市场营销理论 第3章 市场营销环境分析 3.1 营销环境分析概述 3.2 宏观营销环境分析 3.3 微观营销环境分析 第4章 消费者市场分析 4.1 消费者市场分析概述 4.2 消费者需求与动机分析 4.3 消费者购买行为分析 4.4 消费者购买决策过程 第5章 市场营销调研与预测 5.1 市场营销调研概述 5.2 市场营销调研实务 5.3 市场营销预测实务 第6章 市场营销战略规划 6.1 市场营销战略规划概述 6.2 市场营销战略任务与目标规划 6.3 市场营销发展战略规划 第7章 目标市场营销战略 7.1 目标市场营销战略概述 7.2 市场细分战略 7.3 目标市场选择战略 7.4 市场定位与营销组合策略 第8章 产品策略 8.1 产品概述 8.2 产品市场生命周期策略 8.3 产品组合、品牌与包装策略 第9章 价格策略 9.1 影响定价的因素 9.2 定价方法 9.3 定价策略 第10章 分销渠道策略 10.1 分销渠道的概念与类型 10.2 分销渠道决策 10.3 中间商 第11章 促销策略 11.1 促销策略概述 11.2 人员推销策略 11.3 广告策略 11.4 营业推广策略 11.5 公共关系策略 第12章 市场营销策划、组织与控制 12.1 营销策划概述 12.2 营销策划中的创意 12.3 市场营销组织 12.4 市场营销控制参考文献

<<市场营销理论与实训>>

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>