

<<市场营销实务与操作>>

图书基本信息

书名：<<市场营销实务与操作>>

13位ISBN编号：9787300124896

10位ISBN编号：7300124895

出版时间：2010-12

出版时间：中国人民大学出版社

作者：卓永斌 编

页数：284

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>

<<市场营销实务与操作>>

内容概要

本书从建立营销组织及营销信息系统出发，与相关营销理论相结合，介绍了市场营销的基本理论知识和具体业务的实际操作。

全书共11章，对建立营销组织及营销信息系统、市场营销调研、行业分析、竞争分析、顾客分析、营销绩效控制等方面的基本理论和操作流程做了全面系统的介绍，基本涉及企业市场营销活动的各个方面。

本书的编写立足于高职高专市场营销专业的教学特点，在基本知识板块的基础上，增加了学习目标、阅读材料、问题探究、巩固拓展、知识归纳、达标检测等板块。

为便于学生熟练理解和掌握营销基本理论和操作技能，每章节都附了相关案例及分析。

<<市场营销实务与操作>>

书籍目录

第一章 建立营销组织及营销信息系统 第一节 建立营销组织 第二节 建立营销信息系统第二章 市场营销调研 第一节 市场营销调研概述 第二节 市场营销调研方法第三章 行业分析 第一节 分析环境因素 第二节 分析市场因素 第三节 分析竞争因素第四章 竞争者分析 第一节 识别和确认竞争者 第二节 评估竞争者 第三节 竞争战略第五章 顾客分析 第一节 了解顾客 第二节 分析消费者购买决策 第三节 分析组织购买决策第六章 市场细分 第一节 市场细分概述 第二节 市场细分的程序与方法 第三节 市场细分案例分析第七章 市场需求测量与预测 第一节 市场需求预测的有关概念第八章 目标市场策略第九章 市场营销策略第十章 营销绩效控制第十一章 市场营销的新发展参考文献

<<市场营销实务与操作>>

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>