

<<市场营销基础与训练>>

图书基本信息

书名：<<市场营销基础与训练>>

13位ISBN编号：9787300131344

10位ISBN编号：7300131344

出版时间：2011-3

出版时间：中国人民大学出版社

作者：潘维琴 等主编

页数：262

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>

<<市场营销基础与训练>>

内容概要

本教材系统阐述了市场营销的相关理论和实践，每章内容都围绕“工学结合”的思路进行了新颖的设计，主要由案例导入、知识卡片、案例链接、情景模拟、游戏时间、社会实践、阅读时间等环节组成。

《市场营销基础与训练》可作为高职高专院校以及应用型本科院校相关专业的教材，也可作为市场营销人员和准备从事市场营销工作的人员的培训教材和参考书。

<<市场营销基础与训练>>

书籍目录

认识篇 营销商机的把握

第1章 认识市场营销

- 1.1 市场营销的基本概念
- 1.2 不断变化的市场营销观念
- 1.3 顾客让渡价值

第2章 市场营销环境

- 2.1 市场营销环境概述
- 2.2 市场营销微观环境分析
- 2.3 市场营销宏观环境分析

战略篇 营销战略研究

第3章 购买行为分析

- 3.1 消费者市场
- 3.2 生产者市场

第4章 目标市场战略

- 4.1 市场细分
- 4.2 目标市场选择
- 4.3 市场定位

第5章 市场营销竞争分析

- 5.1 竞争与竞争者识别
- 5.2 企业竞争优势与竞争战略
- 5.3 企业战略地位与战略选择

策略篇 营销策略的实施

第6章 定价策略

- 6.1 影响定价的相关因素
- 6.2 选择定价方法
- 6.3 定价策略
- 6.4 价格变动

第7章 产品策略

- 7.1 产品概述
- 7.2 产品组合决策
- 7.3 产品生命周期策略
- 7.4 新产品开发
- 7.5 品牌策略
- 7.6 包装策略

第8章 分销渠道策略

- 8.1 分销渠道概述
- 8.2 分销渠道的基本成员
- 8.3 分销渠道系统的基本模式和结构
- 8.4 分销渠道的设计与管理
- 8.5 网络分销渠道
- 8.6 国际分销渠道

第9章 促销策略

- 9.1 促销与促销合作
- 9.2 人员推销策略
- 9.3 广告策略

<<市场营销基础与训练>>

9.4 营业推广策略

9.5 公共关系策略

第10章 营销策划方案

10.1 市场营销策划概述

10.2 市场营销策划内容

10.3 市场营销策划方案

提高篇 经典案例练习

第11章 案例与练习

参考文献

<<市场营销基础与训练>>

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>