

<<市场营销学学习指导>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学学习指导>>

13位ISBN编号：9787300145976

10位ISBN编号：7300145973

出版时间：2011-11

出版时间：中国人民大学出版社

作者：朱嵩，李萍 主编

页数：131

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>

<<市场营销学学习指导>>

内容概要

为适应我国高等继续教育发展的新形势，培养应用型人才，帮助广大学员更好地学习和掌握“市场营销学”课程的内容、学习方法，提高学员的理论知识水平和操作能力，我们编写了这本与教材《市场营销学》配套的辅导教材。

本书按照教育部对成人高等院校培养技术应用型专门人才的要求编写，同时为了方便学员学习，在内容安排上与教材《市场营销学》基本保持一致。本书分为四部分：第一部分是课程介绍与学习方法，主要介绍本课程的性质及地位和本课程的学习方法；第二部分是辅导与练习，依据教材《市场营销学》的章节内容，分章编写了本章知识框架图、本章重点与难点提示、自测练习题；第三部分是模拟试卷；第四部分是参考答案，包括各章自测练习题及两套模拟试卷的参考答案。

<<市场营销学学习指导>>

书籍目录

第一部分 课程介绍与学习方法

第二部分 辅导与练习

第一章 市场营销学概论

第二章 市场营销环境分析

第三章 购买行为分析

第四章 市场营销信息系统

第五章 目标市场策略

第六章 产品策略

第七章 定价策略

第八章 分销策略

第九章 促销策略

第十章 市场营销管理

第十一章 市场营销新发展

第三部分 模拟试卷

模拟试卷一

模拟试卷二

第四部分 参考答案

第一章自测练习题参考答案

第二章自测练习题参考答案

第三章自测练习题参考答案

第四章自测练习题参考答案

第五章自测练习题参考答案

第六章自测练习题参考答案

第七章自测练习题参考答案

第八章自测练习题参考答案

第九章自测练习题参考答案

第十章自测练习题参考答案

第十一章自测练习题参考答案

模拟试卷一参考答案

模拟试卷二参考答案

章节摘录

版权页：插图：目标市场策略是建立在细分市场基础上的市场营销策略。

本章概述了市场细分、目标市场和市场定位的基本内容，具体介绍了市场细分的原则标准、应用方法，目标市场的典型策略及选择依据，市场定位的操作步骤及实施战略。

只有采用正确的目标市场策略，企业才能最有效地利用所拥有的有限资源，从整体市场中确定最适合本企业经营的市场范围。

第六章：产品策略。

产品是市场营销组合中最重要的因素，它包括提供给市场的能满足市场需求的有形物品和无形产品。

本章论述了产品整体概念的内涵，介绍了产品组合策略的分析与步骤，产品生命周期的概念、阶段特征与营销策略，新产品开发的方式与程序，品牌的设计原则与策略选择，产品包装的设计原则与实施策略。

第七章：定价策略。

价格直接关系到产品的销售与市场占有率。

任何企业都不能随意、孤立地制定价格，而必须按照企业的目标市场及市场定位战略的需求来进行。

本章介绍了产品定位的影响因素，企业制定价格的步骤及三种导向定价的方法，介绍了新产品定价策略、产品组合定价策略、地区定价策略、心理定价策略、折扣让利定价策略等方面的具体内容。

企业在制定和实施定价策略时，要分析制约定价的各种因素，合理制定定价目标，灵活运用定价策略和方法。

第八章：分销策略。

分销渠道是指产品或服务从生产者向消费转移过程中所经过的，由各中间环节联结而成的路径，包括销售机构、批发商、零售商、代理商、中介机构等中间环节。

企业以不同的销售渠道销售同一产品，其成本和利润往往相差巨大。

以快捷而有效的渠道将产品输送给消费者，是企业设计制定分销策略的出发点和目标。

本章介绍了分销渠道的含义、特征和基本类型，介绍了中间商的作用及类别、分销渠道选择的影响因素和决策依据、分销渠道的管理，物流管理和物流技术的发展，以及运输决策、存货的控制方法等方面的内容。

第九章：促销策略。

促销是企业向目标顾客传递产品信息，促使目标顾客做出购买行为而进行的一系列说服性沟通活动。

在市场状况瞬息万变、竞争日益激烈的今天，促销的作用日益突出和重要，已成为企业营销的重要形式。

本章概述了促销的含义、基本形式与作用、影响促销组合的因素，介绍了人员促销、广告、销售促进、公共宣传等基本策略，以及促销组合的基本方式。

现代营销原理要求企业在实施促销策略时，要控制其市场形象，设计并传播有关产品的信息，只有这样才能保证营销活动的成功。

第十章：市场营销管理。

市场营销管理，即从计划到执行，包括合理有效组织、优化营销资源、有效决策、有效执行、提高营销绩效、提高企业竞争力等各个环节。

<<市场营销学学习指导>>

编辑推荐

《市场营销学学习指导》是21世纪高等继续教育精品教材之一。

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>