

<<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：9787302240587

10位ISBN编号：7302240582

出版时间：2011-1

出版时间：清华大学出版社

作者：胡德华

页数：290

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

本书依据一线营销职业岗位群对营销知识和技能的需求，采用“基于工作过程导向——工作过程系统化课程”设计方法，以培养学生综合素质为目标，以能力为本位，以就业为导向，进行工作过程系统化课程设计。

全书以“项目导向、任务驱动”的模式展开，共分8个项目：市场营销的基础工作、市场营销环境与购买行为分析、市场细分与目标市场定位、营销产品研发决策、营销产品价格决策、营销产品渠道决策、营销产品销售决策和营销实务文书写作。

每个项目根据职业需要筹划相关任务，每项任务都以“成果展示与分析→知识储备→任务演练”的逻辑思路组织内容，同时在知识储备中贯穿了较多同步实务题，以达到“边做边学、先做后学”的效果。

在设计工作任务及其理论知识时，既贯彻先进的高职教育理念，又注重教材的理论性和完整性，以使学生在市场营销方面具备一定的可持续发展的能力，较好地解决和实现了高职教材一直提倡但又难以解释和实现的“理论必需、够用”的问题和要求。

本书既可作为高职高专经济管理类、外贸商务类专业的教材，也可作为社会培训教材、职业资格考证和自学用书。

<<市场营销原理与实务>>

书籍目录

项目一 市场营销的基础工作 学习任务1.1 市场营销概念的认知 学习任务1.2 营销调研的内涵和程序 学习任务1.3 营销调研问卷的设计 学习任务1.4 营销调研报告的撰写 重点概括 综合实训 思考练习 项目二 市场营销环境与购买行为分析 学习任务2.1 市场营销环境的构成 学习任务2.2 市场营销环境的分析 学习任务2.3 消费者需要分析 学习任务2.4 消费者购买行为分析 重点概括 综合实训 思考练习 项目三 市场细分与目标市场定位 学习任务3.1 市场细分的依据和作用 学习任务3.2 市场细分的标准与方法 学习任务3.3 选择目标市场 学习任务3.4 目标市场定位 重点概括 综合实训 思考练习 项目四 营销产品研发决策 学习任务4.1 营销产品组合决策 学习任务4.2 营销品牌和包装决策 学习任务4.3 营销产品生命周期决策 学习任务4.4 新产品研发决策 重点概括 综合实训 思考练习 项目五 营销产品价格决策 学习任务5.1 影响定价的目标和因素 学习任务5.2 营销定价程序 学习任务5.3 营销定价的基本方法 学习任务5.4 营销定价决策 学习任务5.5 营销价格变动和企业对策 重点概括 综合实训 思考练习 项目六 营销产品渠道决策 学习任务6.1 营销渠道的概念与模式 学习任务6.2 营销渠道设计 学习任务6.3 营销渠道管理决策 学习任务6.4 营销后勤目标与决策 重点概括 综合实训 思考练习 项目七 营销产品销售决策 学习任务7.1 产品销售的内涵与原则 学习任务7.2 产品销售准备工作和推销过程 学习任务7.3 产品销售谈判 学习任务7.4 销售促进决策 学习任务7.5 销售合同的签订 学习任务7.6 产品销售结算 学习任务7.7 产品销售服务 学习任务7.8 讨债 重点概括 综合实训 思考练习 项目八 营销实务文书写作 学习任务8.1 营销实务文书写作概述 学习任务8.2 业务洽谈文书写作 学习任务8.3 促销文书写作 学习任务8.4 营销传播文书写作 重点概括 综合实训 思考练习 参考文献

<<市场营销原理与实务>>

章节摘录

版权页：插图：其实，从20世纪80年代中期开始，默多克已开始把他的触角向中国延伸。默多克第一次访问中国自称是以旅游者的身份，但事实上他的首次访华便促成了新闻集团与中国的第一次合作，新闻集团旗下的21世纪福克斯公司向中国中央电视台提供了包括《音乐之声》、《巴顿将军》等在内的50多部影片。

现在，21世纪福克斯公司摄制的《泰坦尼克号》、《星球大战》等影片早已为中国观众所熟悉。近几年，新闻集团在中国的发展步伐明显加快。

1999年3月，新闻集团北京代表处成立，同年12月，新闻集团亚洲全资子公司星空传媒在上海设立了代表处。

新闻集团在中国的营销是很注重环境的，其中最重要的一点就是他针对中国市场的政治环境，坚持互信互利的原则，寻找与中国政府的共同点，力求在长期的合作中建立良好的信任关系。

“与中国政府合作，关键是要互信和互利”，或者说新闻集团的成功秘诀就是“寻找双方的共同点，在长期的合作中建立良好的信任关系”。

新闻集团一位人士说。

事实证明，这种方式是有效的。

星空传媒及其所属频道与中国30多个省市的有线台合作编播音乐、体育和人文地理节目，其中《神奇的地球》、《全球华语音乐榜中榜》等节目为广大观众所熟知。

可以说，星空传媒已经被公认为深入中国市场最有效，与中国政府关系最好的国际传媒巨头。

如今，针对技术环境的快速变化，新闻集团密切关注大陆“数字化”动向，关注中国数字电视的推广，以寻找更大的商机。

随着国内居民生活水平的不断提高，数字收费电视在我国将有很广阔的发展前途。

同时，中国发展数字电视的时间表已经相当明确：2005年全国1/4的电视台将发射和传输数字电视信号；2008年北京奥运会上向全世界传输数字高清晰电视节目；2010年主要大城市全面实现数字广播电视、东部相对发达地区普及数字电视；2015年停止播出模拟广播电视。

对星空传媒来说，将是难得的发展机遇。

在这方面，新闻集团也可谓是行家里手，其经营的天空电视台是全世界最成功的收费电视台，而旗下的NDS有限公司则是世界领先的数字压缩和加密技术、互动电视技术、电视有条件接收系统的供应商。

据报道，21002年NDS公司已经与四川省广播电视网络公司合作，推出中国首例大范围用户的数字互动电视服务。

除了技术上的优势，向来崇尚内容的新闻集团在内容提供上也已经有了良好的积累，星空传媒集团拥有全球最大的当代华语电影片库，收集逾千部汉语（包括粤语）影片，并已同多家优秀的汉语制片商，以及众多好莱坞大制片集团商签约长期订购影片，享有独家首轮播放权。

我们知道，传媒行业壁垒是个难题，但是随着中国市场化程度的不断提高，市场机遇还是很大的。默多克新闻集团进入中国市场，寻找与中国政府的共同点，主动、正面地与中国政策对接，以国际化的视野做地地道道的本土化节目。

默多克的行动揭示了企业的市场营销活动脱离不了市场环境。

市场环境、消费者购买行为都影响和制约着市场营销策略的制定。

在此，我们将客观地分析市场营销环境的基本内容与消费者购买行为。

<<市场营销原理与实务>>

编辑推荐

《市场营销原理与实务》是高职高专市场营销专业工学结合规划教材。

<<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>