

<<市场营销实务>>

图书基本信息

书名：<<市场营销实务>>

13位ISBN编号：9787303117796

10位ISBN编号：7303117792

出版时间：2011-1

出版时间：北京师范大学出版社

作者：孙国忠 主编

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>>

内容概要

市场营销是一项极具潜力和挑战性的工作。

据有关统计显示，营销岗位的市场需求量高居所有专业的榜首。

然而，与之形成巨大反差的是，大量的市场营销岗位却招不到合适的人才……造成这一巨大反差的原因就在于市场营销岗位的实践性很强，需要丰富的营销实战经验，令动手能力欠缺的人员对该岗位只能望而却步。

得益于高职院校重视实践教学，高职学生的实践能力较强，对于轻理论、重实践的市场营销岗位，高职学生的竞争优势较为明显。

这也是目前相当比例的高职经济管理类学生从事市场营销工作的重要原因之一。

现有市场营销学教材的内容大多仍然沿用传统的营销体系，理论性较强，实用性却不够，与当前的高职院校实用型、技能型人才培养目标的要求不相称。

常州信息职业技术学院作为国家示范性高职院校，为了更好地培养技能型人才，特牵头组织多位来自不同背景的人士和不同院校的老师，在充分调研营销职业岗位需求的基础上，综合分析研讨了高职人才培养定位以及高职学生学习特点，再结合实际的X-作需求，共同编写了本教材。

本教材构建了相对完整的市场营销实践体系，适合高职高专院校市场营销专业及相关专业选用。

本教材是校企合作的成果之一，文中很多具体的产品和业务案例均来自于真实企业，具体的编写过程更是得到了多位资深营销人员的大力支持。

在此特别感谢深圳市晶诚高科技公司的孙秀峰先生和上海市泰信科技有限公司的刘文彬先生，以及常州市鼎鸿木业有限公司沈薇小姐和无锡市锡山环宇金属软管有限公司王明先生。

他们为本书的编写提供了很好的建议和部分案例。

本教材遵循“突出实践技能”的编写思路，按照实际业务的工作流程为主线，精心设计情境与任务，将所要掌握的营销技能隐含在每一个任务之中。

教材按照市场营销业务的一般开展程序，以高职学生组成的一个营销团队分配到江苏天一信息股份有限公司开始从事营销业务为主线，精心设计了4个学习情境并进一步细化为12个任务，把市场营销业务能力训练巧妙地设计在各个任务中。

在具体的任务中都包含任务描述与分析、相关知识、任务实施与心得等六个部分。

在每个任务的开篇前均列明了知识要点和技能要点，便于学习者明确任务，有针对性地学习；在介绍知识时，突出其实用性，一些需要特别注意的问题专门列出，并在其中穿插案例分析、思考与讨论、知识链接、相关网站链接等多种形式，引导学习者思考并寻找解决问题，培养自主学习的能力；此外，在任务完成后，还精心设计了知识拓展、课堂训练和业务技能训练，强化训练学习者掌握相应的职业技能，满足就业上岗的需要。

总的来说，学生可以通过对所给的任务进行分析与讨论，在老师的指导与帮助下找出解决问题的方法，经过反复的训练，最后实现对知识技能的掌握，缩短与企业要求的差距。

<<市场营销实务>>

书籍目录

情境1 市场分析与定位 任务1 营销理念与营销战略的确定 任务2 市场营销环境分析 任务3 消费者和竞争者情况调研 任务4 目标市场的确定 任务5 制定适合的产品策略 任务6 制定产品的价格策略 任务7 选择产品的分销渠道 任务8 设计产品的促销组合情境2 国际营销与网络营销 任务9 拓展国外市场客户 任务10 制定网络营销策略情境3 市场营销实施与写作 任务11 市场营销的实施与控制 任务12 市场营销文案写作参考文献教学支持说明

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>