

<<市场营销理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<市场营销理论与实务>>

13位ISBN编号：9787313048400

10位ISBN编号：7313048408

出版时间：2007-8

出版时间：上海交大

作者：邢绍丽

页数：302

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>

<<市场营销理论与实务>>

内容概要

《21世纪高等职业教育规划教材·双证系列：市场营销理论与实务》是劳动保障部推荐教材，依据营销师国家职业标准（三级）关于市场营销理论部分的知识能力要求编写而成。

《21世纪高等职业教育规划教材·双证系列：市场营销理论与实务》紧密结合我国市场营销的发展现状和营销实践，广泛吸收和借鉴了近年来国内外教材的大量素材和相关资料，系统地介绍了市场营销的基本理论和实务知识。

《21世纪高等职业教育规划教材·双证系列：市场营销理论与实务》共分十一章，章节内容安排逻辑严密，具体包括市场营销学概论、市场营销调研与预测、市场购买行为分析、目标市场营销、市场营销战略、产品决策、定价决策、渠道决策、促销决策、市场营销道德、市场营销理论的新发展，内容全面，叙述精炼，侧重实用性和实践性，并附有案例分析和章节思考题以及练习题。

《21世纪高等职业教育规划教材·双证系列：市场营销理论与实务》适用于高等职业院校、高等专科学校、成人高校及本科院校举办的职业技术学院的经济管理类各专业教师和学生，以及各类企事业单位从事经济、贸易、管理等方面工作的从业人员，也可作为参加国家营销师（三级）考试的辅导教材。

<<市场营销理论与实务>>

书籍目录

第一章 市场营销学概论1.1 市场与市场营销1.2 市场营销管理的实质与任务1.3 市场营销管理哲学
第二章 市场购买行为分析2.1 消费者市场与消费者购买行为分析2.2 组织市场购买行为分析
第三章 市场营销调研与预测3.1 市场营销调研概述3.2 市场营销调研的步骤和方法3.3 市场预测
第四章 目标市场营销4.1 市场细分4.2 目标市场的选择4.3 市场定位
第五章 市场营销战略5.1 市场营销战略5.2 市场营销战略规划5.3 市场营销组合策略5.4 企业竞争战略
第六章 产品决策6.1 产品整体概念6.2 产品生命周期6.2 市场营销理论与实务6.3 新产品开发6.4 产品组合6.5 包装策略
第七章 定价决策7.1 定价概述7.2 定价方法7.3 定价策略和技巧7.4 价格调整策略
第八章 渠道决策8.1 分销渠道概述8.2 中间商8.3 分销渠道策略8.4 分销渠道管理
第九章 促销决策9.1 促销概述9.2 人员推销9.3 广告9.4 公共关系9.5 营业推广
第十章 市场营销道德10.1 市场营销道德概述10.2 市场营销道德的基本原则10.3 市场营销道德与实践
第十一章 市场营销理论的新发展11.1 顾客让渡价值与顾客满意11.2 客户关系管理与关系营销11.3 关系营销11.4 文化营销11.5 服务营销.....自测题答案参考文献

<<市场营销理论与实务>>

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>