

<<市场营销>>

图书基本信息

书名：<<市场营销>>

13位ISBN编号：9787509502372

10位ISBN编号：7509502373

出版时间：2007-1

出版时间：中国财经

作者：宫相荣

页数：234

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>>

前言

《市场营销》面向职业技术学院的毕业生，注重理论与实践相结合，主要介绍了市场调研与预测、营销环境分析与对策、市场营销战略规划、产品策略、价格策略等具体的操作环节和步骤，适用于高等职业技术学院、大学本科的二级学院、高等专科学校、成人高校、民办高校的在校学生，也可作为继续教育、自学进修、专业技能考试和国家相关证书考试的教学用书。

<<市场营销>>

内容概要

《全国高职高专院校市场营销专业规划教材：市场营销》面向职业技术学院的毕业生，注重理论与实践相结合，主要介绍了市场调研与预测、营销环境分析与对策、市场营销战略规划、产品策略、价格策略等具体的操作环节和步骤，适用于高等职业技术学院、大学本科的二级学院、高等专科学校、成人高校、民办高校的在校学生，也可作为继续教育、自学进修、专业技能考试和国家相关证书考试的教学用书。

<<市场营销>>

书籍目录

第一章 导论第一节 市场营销概述第二节 现代营销理念实训与练习第二章 市场营销调研与预测第一节 市场营销信息系统第二节 市场营销调研第三节 市场需求预测实训与练习第三章 市场营销环境分析第一节 市场营销环境概述第二节 营销环境分析与对策实训与练习第四章 购买者行为分析第一节 市场概述第二节 消费者市场购买行为分析第三节 组织市场及其购买行为实训与练习第五章 市场营销战略规划第一节 市场营销战略规划概述第二节 规划企业任务与目标第三节 制订企业业务投资组合计划第四节 选择企业的发展战略实训与练习第六章 目标市场营销第一节 市场细分第二节 目标市场选择战略第三节 目标市场定位实训与练习第七章 产品策略第一节 产品概念和产品分类第二节 产品组合第三节 产品市场生命周期第四节 品牌与商标策略第五节 包装策略第六节 新产品开发实训与练习第八章 价格策略第一节 定价目标与定价程序第二节 定价方法第三节 定价和调价策略实训与练习第九章 分销渠道策略第一节 分销渠道概述第二节 分销渠道决策第三节 分销渠道的管理实训与练习第十章 促销策略第一节 促销策略概述第二节 人员推销第三节 广告第四节 公共关系第五节 营业推广实训与练习第十一章 市场营销计划、组织、执行与控制第一节 市场营销计划第二节 市场营销组织第三节 市场营销执行第四节 市场营销控制实训与练习第十二章 特殊市场营销第一节 服务营销第二节 网络营销实训与练习参考文献

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>