

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787560625249

10位ISBN编号：756062524X

出版时间：2011-3

出版时间：西安电子科技大学出版社

作者：陈茂强 编

页数：213

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>>

内容概要

为了体现高职教育的特点,《市场营销学》主要以各个营销项目为载体,以完成项目所需的相关知识为基础来进行编排,并且各个营销项目之间存在紧密的前后逻辑关系,相关知识也能体现市场营销学的知识体系。

《市场营销学》内容主要包括五个营销活动项目:项目一为认识市场营销,使学生对市场营销学的知识框架有个整体的了解,能初步运用营销学知识分析某个具体的企业;项目二为分析营销机会,介绍企业应该如何挖掘市场机会和规避市场风险,主要由五个模块组成;项目三为规划企业营销战略,介绍企业应该如何有效地制定营销战略,以把握和利用市场机会,主要由两个模块组成;项目四为制定营销策略,介绍企业应该如何制定有效的市场营销策略,主要由四个模块组成;项目五为营销活动的管理,介绍如何通过有效地实施市场营销策略来达成预期的营销目标。

《市场营销学》可作为高职高专工商管理类专业的教材,也可作为企业营销技能培训班的教材。

<<市场营销学>>

书籍目录

- 项目一 认识市场营销
- 项目二 分析营销机会
 - 模块一 宏观环境分析
 - 模块二 市场需求测量训练
 - 模块三 消费者购买行为分析
 - 模块四 竞争对手分析
 - 模块五 swot分析
- 项目三 规划企业营销战略
 - 模块一 市场细分和选择目标市场
 - 模块二 产品定位训练
- 项目四 制定营销策略
 - 模块一 制定产品策略
 - 模块二 定价策略
 - 模块三 分销渠道策略
 - 模块四 制定促销策略
- 项目五 营销活动的管理
- 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>