

<<市场营销>>

图书基本信息

书名：<<市场营销>>

13位ISBN编号：9787560846002

10位ISBN编号：7560846009

出版时间：2011-8

出版时间：同济大学出版社

作者：刘春娣 主编

页数：216

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>>

内容概要

本书针对高职学生职业生涯、工作岗位能力、学生认知规律等要求进行编写。本着创新、系统和适用的原则，吸收了国外市场营销学体系的精华，融合了传统理论体系与现代经济环境的新变化和发展趋势，体现了现代人才培养中能力本位的要求。与其他市场营销学教材相比具有显著的特点：一是生动活泼的开篇案例，富有营销哲理，引人深思；二是贴近生活的市场营销现象，提高学生的应用能力；三是人性化的思考与检测，体现“以人为本”的现代理念。

本书可作为高职高专及应用型本科经管类相关专业教材，也可供广大市场营销从业人员学习、参考。

<<市场营销>>

书籍目录

总序

前言

第一章 认识市场营销

第一节 了解市场营销的核心概念

第二节 了解各种营销观念

营销实务训练

第二章 分析市场营销环境

第一节 认识市场营销环境

第二节 宏观市场营销环境

第三节 微观市场营销环境

第四节 市场营销环境分析

营销实务训练

第三章 熟悉消费者需求研究

第一节 消费者需求的特征

第二节 研究消费者购买行为

第三节 熟悉消费者购买过程

营销实务训练

第四章 具体企业的营销竞争战略分析

第一节 了解竞争者分析

第二节 竞争性地位的分析与竞争战略

营销实务训练

第五章 具体企业的STP战略分析

第一节 进行市场细分

第二节 选择目标市场

第三节 市场定位

营销实务训练

第六章 制定具体企业的产品策略

第一节 掌握产品及产品生命周期

第二节 了解产品组合策略

第三节 熟悉新产品开发

第四节 品牌策略

营销实务训练

第七章 制定具体企业的定价策略

第一节 了解定价目标与程序

第二节 掌握定价方法

第三节 知晓定价策略

营销实务训练

第八章 制定具体企业的渠道策略

第一节 了解分销渠道

第二节 选择分销渠道策略

第三节 管理分销渠道

第四节 网络营销渠道

营销实务训练

第九章 制定具体企业的促销策略

第一节 了解促销策略

<<市场营销>>

第二节 掌握人员推销策略

第三节 掌握广告策略

第四节 掌握营业推广策略

第五节 熟悉公共关系策略

营销实务训练

参考文献

编辑推荐

《市场营销：理论、案例与实务》针对高职学生职业生涯、工作岗位能力、学生认知规律等要求进行编写。

在本书的编写过程中，我们参考了国外学者的相关著作，同时也研究了国内出版的相关著作，本着创新、系统和适用的原则，吸收了国外市场营销学体系的精华，融合了传统理论体系与现代经济环境的新变化和发展趋势，体现了现代人才培养中能力本位的要求。

本书由上海工程技术大学刘春娣担任主编，上海邦德职业技术学院马靖莲，上海工程技术大学肖谦、袁建昌、罗胜强为副主编，全书结构由刘春娣设计并负责审核、统稿。

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>