第一图书网, tushu007.com

<<市场营销实验实训教程>>

图书基本信息

书名：<<市场营销实验实训教程>>

13位ISBN编号：9787564108595

10位ISBN编号：7564108592

出版时间：2007-8

出版时间：东南大学出版社

作者：吴宪和

页数：154

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

内容概要

本书是从高校市场营销专业的培养目标出发，以深化市场营销理论知识，培养学生职业能力和综合素质为目标，以技能训练为主线，在总结市场营销学实验教学经验的基础上编写的。
全书分为市场营销信息管理、营销战略、产品开发与管理、市场营销计划及其控制、推销与销售管理、市场营销沟通、服务与客户关系管理、综合模拟实验等8个实验模块，涵盖了市场营销职业岗位群所需要掌握的主要实践技能。
每一模块内容包括实验目的、基本知识要点、实验条件、实验内容和要求、实验组织方法及步骤和实验时间等。
　本书内容新颖，实用性强，既可以作为高等院校本科和高职高专学校市场营销专业的实验实训教程，也可作为企业营销人员的实务操作培训教材。

第一图书网, tushu007.com

<<市场营销实验实训教程>>

书籍目录

0　绪论　0.1 市场营销实验实训的目标　0.2 市场营销实验实训框架体系　0.3 市场营销实验实训的方法和方式　0.4 市场营销实验实训的保障模块1 市场营销信息管理　1.1 市场营销信息的搜集　1.2 市场营销信息的整理和分析　1.3 市场营销信息的归纳和传递模块2　营销战略　2.1 战略环境分析　2.2 目标市场营销战略　2.3 资源配置模块3　产品开发与管理　3.1　产品组合决策　3.2　产品生命周期及其判断　3.3　新产品开发策略　3.4　品牌战略　3.5　价格策略模块4　市场营销计划及其控制　4.1 市场营销计划　4.2　市场营销预算　4.3　市场营销方案效果评估模块5　推销与销售管理　5.1　制订推销方案　5.2　产品推销　5.3　销售渠道的选择和管理模块6　市场营销沟通　6.1　制订商务谈判计划　6.2　模拟商务谈判　6.3　签订营销合同 6.4　选择广告媒体组合与设计广告文案　6.5　制订公共关系方案　6.6　制订销售促进方案模块7 服务与客户关系管理　7.1　客户价值分析　7.2　服务标准制订　7.3　服务营销组合　7.4　客户关系管理模块8 综合模拟实验　8.1　实验目的　8.2　实验软件简介　8.3　实验准备　8.4　实验内容及步骤　8.5　实验考核　8.6　实验课时安排参考文献

第一图书网, tushu007.com

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