

<<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：9787564211011

10位ISBN编号：7564211016

出版时间：2011-6

出版时间：上海财经大学出版社有限公司

作者：刘晓岩，刘宁 主编

页数：323

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

本书紧密围绕企业市场营销的典型活动，将市场营销的基础理论知识根据学生的心理认识规律，按照工作过程的逻辑展开，强调市场营销工作必需的基本职业技能训练，同时力求理论体系的逻辑完整性。

《市场营销理论与实务》共分为12章，包括市场营销认知、市场营销组织体系构建、市场营销环境分析、消费者行为分析、市场营销调研与预测、目标市场选择、产品策略实务、价格策略实务、渠道策略实务、促销策略实务、营销管理实务、营销新思维；具有较强的实用价值，不但适合经济管理类高职高专学生作为教材使用，对中基层管理者及其他对企业市场营销工作感兴趣的人也是一本很好的参考书。

<<市场营销理论与实务>>

书籍目录

前言

第一章 市场营销认知

第一节 市场与市场营销

第二节 市场营销观念

第三节 市场营销学

【阶段任务练习】

【知识梳理与总结】

【国家职业资格证书考核练习】

第二章 构建市场营销组织体系

第一节 市场营销管理的任务与过程

第二节 市场营销体系的构成

【阶段任务练习】

【知识梳理与总结】

【国家职业资格证书考核练习】

第三章 分析市场营销环境

第一节 营销环境概述

第二节 宏观营销环境分析

第三节 微观营销环境分析

【阶段任务练习】

【知识梳理与总结】

【国家职业资格证书考核练习】

第四章 分析消费者购买行为

第一节 消费者购买行为模式

第二节 影响消费者购买行为的因素

第三节 消费者购买决策过程

【阶段任务练习】

【知识梳理与总结】

【国家职业资格证书考核练习】

第五章 搜集整理市场营销信息

第一节 市场营销调研概述

第二节 市场营销调研的方案设计

第三节 市场营销调研方法

第四节 市场营销调研的技术

【阶段任务练习】

【知识梳理与总结】

【国家职业资格证书考核练习】

第六章 选择目标市场

第一节 市场细分的依据与作用

第二节 选择目标市场

第三节 市场定位

【阶段任务练习】

【知识梳理与总结】

【国家职业资格证书考核练习】

第七章 制定产品开发策略

第一节 产品的整体性概念及分类

<<市场营销理论与实务>>

第二节 产品市场生命周期

第三节 产品组合策略

第四节 新产品的开发

第五节 品牌策略

第六节 产品的包装

【阶段任务练习】

【知识梳理与总结】

【国家职业资格证书考核练习】

第八章 制定价格策略

第一节 定价目标与影响定价的因素

第二节 产品的定价方法

第三节 定价策略

第四节 价格调整策略

【阶段任务练习】

【知识梳理与总结】

【国家职业资格证书考核练习】

第九章 制定渠道策略

第一节 分销渠道概述

第二节 中间商

第三节 分销渠道的选择

第四节 渠道管理

【阶段任务练习】

【知识梳理与总结】

【国家职业资格证书考核练习】

第十章 制定促销策略

第一节 促销的基本方式

第二节 人员推销

第三节 广告

第四节 建立良好的公共关系

第五节 开展营业推广活动

【阶段任务练习】

【知识梳理与总结】

【国家职业资格证书考核练习】

第十一章 控制企业市场营销行为

第一节 市场营销组织

第二节 市场营销执行的程序

第三节 市场营销控制的程序

第四节 市场营销控制的方法

【阶段任务练习】

【知识梳理与总结】

【国家职业资格证书考核练习】

第十二章 市场营销新思维

第一节 绿色营销

第二节 关系营销

第三节 服务营销

第四节 其他营销新知识

【阶段任务练习】

<<市场营销理论与实务>>

【知识梳理与总结】

【国家职业资格证书考核练习】

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>