第一图书网, tushu007.com

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787566801777

10位ISBN编号：7566801775

出版时间：2012-9

出版时间：暨南大学出版社

作者：叶青

页数：254

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

市场营销是各类中等职业学校商贸类专业的一门必修课。
《21世纪国际商务教材教辅系列：市场营销学》主要是适应中等职业教育课程改革的发展，结合中等职业教育学生的年龄特点和接受能力，切实提高他们的专业素质和应用能力来编写的。
本教材的编写按照项目教学法的模式，其结构特点是项目引导、任务驱动、活动实现；编写原则是“实用、适度、够用”，重点突出“应用”和“能力”；编写风格是“深入浅出、生动有趣”，通过大量实践来深化理论学习，竭力做到“知行合一”。
《21世纪国际商务教材教辅系列：市场营销学》是为中职学生量身定做，强调理论联系实际，紧密围绕市场营销实践，强调务实精神和动手能力，使学生真正掌握市场营销的知识，并将其运用到实践中。
除此之外，本教材还充分考虑到中职学生的年龄特点和接受心理，每个项目采用话题形式，话题用俗语或诗句表示。
在排版上生动活泼、图文并茂。

书籍目录

前言话题一 走马观花看过来——市场营销绪论任务一 认识市场任务二 认识市场营销任务三 理解营销观念及其演变话题二 时势造英雄——市场营销环境分析任务一 了解市场营销环境任务二 了解微观营销环境任务三 了解宏观营销环境任务四 营销环境分析话题三 萝卜青菜，各有所爱——消费者购买行为分析任务一 掌握消费者市场的特点任务二 掌握消费者购买行为影响因素任务三 分析消费者购买行为过程话题四 我选择，我拥有——市场细分与目标市场选择任务一 市场细分任务二 确定目标市场任务三 目标市场定位话题五 我家姑娘一枝花——产品策略任务一 认识产品和产品组合任务二 设计品牌和包装任务三 了解产品生命周期任务四 进行新产品开发话题六 一个便宜三个爱——价格策略任务一 了解影响定价的因素任务二 选择定价方法任务三 制定定价策略话题七 酒香也怕巷子深——渠道策略任务一 了解分销渠道的类型任务二 认识中间商任务三 选择分销渠道任务四 了解分销渠道的发展话题八 让改变发生——促销策略任务一 设计促销组合任务二 制定广告策略任务三 制定人员推销策略任务四 制定销售促进策略话题九 此时无声胜有声——公共关系与权力营销任务一 公共关系策略任务二 了解权力营销附录 市场营销综合实训

章节摘录

（1）官方认同。

官方认同包括三方面内容：　　首先，拥有并发展诸如“中华牙膏”、“京华茶叶”等民族品牌是联合利华“本土化”进程中的重要步骤，但面对联合利华大规模的收购计划，政府主管部门的态度就显得十分重要了。

在实际经济运行当中，有些外资企业收购了民族品牌之后将其束之高阁甚至转卖，造成民族品牌的贬值甚至消亡。

联合利华向有关部门表明长期发展民族品牌的意向就显得十分必要了。

其次，联合利华处在食品及日用工业品行业，并不属于中国政府希望优先注入外资的行业。

从这个意义上讲，与中国政府的沟通就显得十分必要。

另外，由联合利华控股的公司在中国上市是联合利华完成“本土化”进程的重要标志，但针对外资或合资企业在中国上市的问题，当时中国没有明确的政策。

解决上述问题，首先要进行政府游说工作，获得政策的支持。

在这个问题上，政策的支持包括两个层面：第一，中国政府公开表示允许外资控股公司上市；第二，在条件成熟的情况下，允许联合利华作为第一批外资控股公司上市。

为了达到以上目的，联合利华需要进行长期的政府公关工作。

（2）重组“阵痛”。

资产重组必然带来部分企业的关闭以及企业与部分员工提前解除劳动合同，势必带来地方经济利益的损失和人员下岗。

在当时的社会条件下，各方面对“下岗”问题十分敏感，一旦处理不当，激化了矛盾，“下岗”问题有可能对联合利华的资产重组行使“一票否决权”。

（3）舆论压力。

在中国国内，保护国有资产和国有品牌的呼声很高，有些媒体甚至喊出“狼来了”的感叹。

（4）社会心理。

在对待外资的“本土化”问题上，公众在心理上的接受需要一个相对较长的过程。

在这个层面上，联合利华还需做长期、细致的工作。

综上所述，在当时的条件下，联合利华实现“本土化”的核心问题在于政府支持。

……

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