

<<市场营销>>

图书基本信息

书名：<<市场营销>>

13位ISBN编号：9787810887380

10位ISBN编号：7810887386

出版时间：2007-8

出版时间：西南财经

作者：梁栋

页数：300

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

《高职高专系列规划教材：市场营销》由四川商务职业学院、四川交通职业技术学院、四川天一学院等三所高职院校联合编写而成，主要由长年在《市场营销学》课程教学第一线、对市场营销教育教学颇有心得的教师，精心编写的一本高职高专应用教材。

本教材具有很强的职业针对性，能够满足高职高专《高职高专系列规划教材：市场营销》课程教学之需；本教材的目标定位很准，学以致用，培养高职高专市场营销专业或相近专业学生的应用能力和实践操作能力；本教材的时代性鲜明，紧密联系当前企业经营管理和市场营销发展的最新动态，通过学习目标、案例介绍、复习思考题、案例分析、实训题等结构，实现教学与实践对接；本教材典型案例丰富翔实、可读性很强，对学生有很大的帮助和启迪作用。

<<市场营销>>

书籍目录

第一章 市场营销概论第一节 市场第二节 市场营销学与市场学第三节 营销观念第二章 市场营销调研第一节 市场调查第二节 市场预测第三章 市场营销环境与市场营销组合第一节 市场营销环境第二节 市场营销组合第四章 消费者市场及购买行为分析第一节 消费者市场与消费者行为模式第二节 消费者购买行为分析第五章 市场细分与市场定位第一节 市场细分第二节 目标市场策略第三节 市场定位第六章 产品策略第一节 产品概述第二节 产品组合第三节 产品生命周期第四节 新产品开发第五节 品牌和包装策略第七章 价格策略第一节 价格概述第二节 定价方法第三节 企业定价策略第八章 分销渠道策略第一节 分销渠道概述第二节 中间商第三节 分销渠道策略第九章 促销策略第一节 促销概述第二节 人员销售第三节 广告第四节 营业推广第五节 公共关系第十章 市场营销管理过程第一节 市场机会分析第二节 市场营销战略第三节 市场营销计划第四节 市场营销组织第五节 市场营销控制第十一章 服务市场营销第一节 服务企业的性质和重要性第二节 服务企业市场营销的特点与市场营销系统第三节 服务企业的市场营销管理过程第十二章 国际市场营销第一节 国际市场营销概述第二节 国际市场营销环境第三节 国际市场营销进入策略第四节 国际市场营销组合策略第五节 国际市场营销经营效益参考文献

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>