第一图书网, tushu007.com

<<高等教育市场营销研究>>

图书基本信息

书名：<<高等教育市场营销研究>>

13位ISBN编号：9787810935807

10位ISBN编号：7810935801

出版时间：2008-1

出版时间：合肥工业大学

作者：胡旺盛,张庆亮,等

页数：313

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

高等教育营销是市场营销理论与方法在高等教育管理实践中的应用，高等教育营销的研究和应用始于20世纪70年代初，在美国、英国、澳大利亚、新西兰等西方高等教育发达国家已经有了30年左右的历史，而我国高等教育营销的理论研究与实践从目前看仍处于起步阶段。
本章主要阐述高等教育市场营销的必要性、高等教育市场营销概念以及高等教育市场营销观念等内容，以使读者对高等教育营销的背景和理论基础有一个大体的认识和把握。

<<高等教育市场营销研究>>

书籍目录

1.高等教育市场营销概述1.1 高等教育及其营销的必要性1.2 高等教育市场营销概述1.3 高等教育市场营销理念2.高等教育市场营销环境分析2.1 高等教育市场营销环境2.2 高等教育宏观环境2.3 高等教育微观环境3.高等教育市场需求与供给3.1 高等教育市场需求分析3.2 高等教育市场供给分析3.3 高等教育市场竞争分析4.高等教育消费者市场分析4.1 高等教育市场概念及其特征4.2 消费者购买行为的类型4.3 影响消费者购买行为的主要因素4.4 高等教育消费者购买决策过程5.高等教育市场细分与市场定位5.1 高等教育市场细分5.2 高等教育目标市场选择5.3 高等教育市场定位6.高等教育服务策略6.1 高等教育服务产品的整体概念6.2 产品的质量6.3 高等教育品牌策略6.4 产品组合策略6.5 产品生命周期与新产品开发7.高等教育服务价格策略7.1 高等教育学费的价格属性7.2 高等教育学费确定的影响因素7.3 学费的定价方法与定价策略7.4 高等教育学费制度实施的保障8.高等教育分销策略8.1 高等教育分销渠道的影响因素8.2 高等教育机构位置8.3 远程教育8.4 高等教育分销渠道的选择和管理9.高等教育促销策略9.1 高等教育促销与促销组合9.2 广告策略9.3 公共关系9.4 高等教育人员推销10.高等教育市场营销人员策略10.1 高等教育服务人员的类型及特点10.2 高等教育服务人员的招聘10.3 高等教育服务人员的教育10.4 高等教育服务人员的考核和激励10.5 受教育者的管理11.高等教育有形展示11.1 有形展示概述11.2 高等教育的有形展示11.3 高等教育有形展示管理与执行12.高等教育服务过程策略12.1 教师备课过程12.2 课堂教学过程12.3 科研训练过程12.4 实践教学过程12.5 毕业论文写作过程12.6 课外校外活动12.7 质量控制过程参考文献后记

章节摘录

1.高等教育市场营销概述　　高等教育营销（Marketing for Higher Education或Higher Education Mar—keting）是市场营销理论与方法在高等教育管理实践中的应用，高等教育营销的研究和应用始于20世纪7。
年代初，在美国、英国、澳大利亚、新西兰等西方高等教育发达国家已经有了30年左右的历史，而我国高等教育营销的理论研究与实践从目前看仍处于起步阶段。
本章主要阐述高等教育市场营销的必要性、高等教育市场营销概念以及高等教育市场营销观念等内容，以使读者对高等教育营销的背景和理论基础有一个大体的认识和把握。
1.1 高等教育及其营销的必要性　　1.1.1 高等教育的概念　　《中华人民共和国高等教育法》（1998年8月29日第九届全国人民代表大会常务委员会第四次会议通过，1998年8月29日中华人民共和国主席令第7号公布，自1999年1月1日起施行，以下简称《高等教育法》）中所说的高等教育，是指在完成高级中等教育基础上实施的教育。
高等教育的任务是培养具有创新精神和实践能力的高级专门人才，发展科学技术文化，促进社会主义现代化建设。
《高等教育法》第十五条中指出，高等教育包括学历教育和非学历教育。
第十六条中又指出高等学历教育分为专科教育、本科教育和研究生教育。
为了避免使本书的研究过于泛化而没有针对性，本书主要针对高等教育中高等学历教育的本科教育展开研究。
书中如无特别说明，所涉及的高等教育都特指本科教育。
1.1.2 高等教育产品的性质　　近年来，高等教育作为一个产业备受关注。
对于高等学校提供的产品一 高等教育，有各种不同的认识和争论。
综合各学者的观点发现，大多数人一般将高等学校所提供的产品概括为高等教育服务、科研成果、社会服务产品等三个方面。

编辑推荐

《高等教育市场营销研究》是一部探索高等教育服务市场营销方面的学术专著。
其内容包括高等教育市场营销概述、环境分析、市场需求与供给、消费者市场分析、市场细分与市场定位、高等教育服务策略、服务价格策略、促销策略、市场营销人员策略、高等教育有形展示、服务过程策略等。

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