

<<市场营销概论>>

图书基本信息

书名：<<市场营销概论>>

13位ISBN编号：9787040317749

10位ISBN编号：7040317745

出版时间：2011-8

出版时间：高等教育出版社

作者：杨群祥

页数：360

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>

## <<市场营销概论>>

### 内容概要

《“21世纪多元整合一体化”教材系列·市场营销专业·高职高专教育·市场营销概论：理论、实务、案例、实训》在总体设计理念上，以《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》（教高[2006]16号）文件精神为指导，以专业知识导入为基本点，以《营销师国家职业标准》资格三级及以上要求与国家级精品教材评审为标准，以“理论讲透、实务足够、案例同步、实训到位”为原则，以“任务驱动、项目导向”教学模式为切入点。

突出以下六个“结合”：（1）学习知识与道德养成相结合；（2）内容体系与工作任务相结合；（3）理论阐述与实际操作相结合；（4）适应岗位与可持续发展相结合；（5）课堂教学与业余自修相结合；（6）营销名家介绍与重点语句导读相结合。

《“21世纪多元整合一体化”教材系列·市场营销专业·高职高专教育·市场营销概论：理论、实务、案例、实训》既可作为高职高专院校市场营销及相关专业群核心课程教材，也可作为其他财经类专业学生学习以及企业营销人员职业培训的教材。

## &lt;&lt;市场营销概论&gt;&gt;

## 作者简介

杨群祥，广东农工商职业技术学院教授，兼任广东省社会科学界联合会第六届委员、广东省高等职业教育研究会副理事长、广东省营销学会副会长、广东省商业经济学会副会长、广东省农村经济学会副会长、广东省高职高专教育工商管理类专业教学指导委员会主任委员、广东省营销职业技能鉴定专家组组长、教育部高职高专教育工商管理类教指委营销分委会副主任、广东省农业综合开发评估中心专家、全国《中文核心期刊要目总览》评审专家、教育部高职高专院校人才培养工作评估首批专家、国家级精品课程评审专家。

从事高等教育工作24年，主要研究方向为市场营销理论与实践、高等职业教育管理；主持国家、省级科研课题6项；发表论文70余篇，出版专著和教材5部，曾荣获中国书刊发行协会（社科类）“2006年度全行业畅销品种”；提出了“高职高专教育市场营销专业人才培养‘八个一工程’，即选配一名导师、组建一个学（协）会、参加一个竞赛、策划一个项目、深入一个产品或企业、建立一个模拟公司、撰写一篇毕业论文、毕业实习与就业一体化”；先后荣获第五届广东省高等教育教学成果二等奖、第六届广东省高等教育教学成果一等奖，荣获4次广东省高等职业技术教育优秀科研成果一等奖，一次广东省营销学会优秀论文一等奖，并获得广东营销学会“创会25年突出贡献奖”等。

## &lt;&lt;市场营销概论&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 树立现代市场营销理念学习目标引例 “创建百年老店”的经营理念1.1 市场的类型与特征1.2 市场营销的核心概念与管理实质1.3 市场营销观念与现代企业实践1.4 市场营销组合与创新1.5 市场营销道德与责任本章小结主要概念和观念重点实务和操作习题和训练第2章 分析市场营销环境学习目标引例 洋邮局在广州水土不服2.1 市场调查2.2 市场营销环境2.3 市场行为分析本章小结主要概念和观念重点实务和操作习题和训练第3章 识别市场营销机会学习目标引例 中青旅的目标市场营销3.1 进行市场细分3.2 选择目标市场3.3 明确市场定位3.4 市场营销机会的识别本章小结主要概念和观念重点实务和操作习题和训练第4章 制定市场营销规划学习目标引例 伊利VS蒙牛4.1 竞争对手分析4.2 竞争地位与营销策略4.3 市场营销策划本章小结主要概念和观念重点实务和操作习题和训练第5章 开发产品策略学习目标引例 “温度计杯子” 5.1 产品整体概念与组合策略5.2 产品的生命周期与策略5.3 新产品开发策略5.4 品牌策略5.5 包装策略本章小结主要概念和观念重点实务和操作习题和训练第6章 实施价格策略学习目标引例 iPod定价策略的成功运用6.1 影响企业定价的主要因素6.2 企业定价的流程与技巧6.3 价格变动与企业对策6.4 特殊定价策略本章小结主要概念和观念重点实务和操作习题和训练第7章 建立渠道策略学习目标引例娃哈哈成功的奥秘7.1 分销渠道既述7.2 分销渠道设计7.3 分销渠道管理本章小结主要既念和观念重点实务和操作习题和训练第8章 整合促销策略学习目标引例 “广州正在吃” 8.1 促销与沟通8.2 人员推销8.3 广告8.4 营业推广8.5 公共关系本章小结主要概念和观念重点实务和操作习题和训练第9章 创造顾客价值学习目标引例 从价格战到顾客管理9.1 顾客让渡价值9.2 培养顾客关系9.3 管理顾客资产本章小结主要概念和观念重点实务和操作习题和训练第10章 建设市场营销团队学习目标引例 Homewood Suites的品牌复兴之道10.1 市场导向型企业文化10.2 设计市场营销团队10.3 管理市场营销团队本章小结主要概念和观念重点实务和操作习题和训练综合实务综合案例综合实洲附录一 考核手册附录二 “案例分析报告”和“决策设计方案”范文主要参考文献

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>