

<<市场营销实务>>

图书基本信息

书名：<<市场营销实务>>

13位ISBN编号：9787111337898

10位ISBN编号：7111337891

出版时间：2011-5

出版时间：机械工业出版社

作者：李宇红 编

页数：242

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>

<<市场营销实务>>

内容概要

本书打破了按照顺序平铺直叙设计内容的惯例，而是突出市场营销的实用性、操作性的特点，在理论与实践并举的同时，重在实践；将教、学、做有机整合，强调在做中学。

通过设计的训练任务，提高理论应用于实践的技能。

本书主要内容包括：现代市场营销理念、市场调查、市场营销环境、市场竞争战略、目标市场战略、产品策略、价格策略、分销渠道策略和促销策略。

本书适用于普通高等院校（高职高专、应用性本科）、成人高校、民办高校及本科院校举办的二级职业技术学院市场工商管理、经济管理、市场营销等经管类专业，以及其他市场营销培训课程的教学，同时也可以作为企业市场营销培训教材。

<<市场营销实务>>

书籍目录

前言

第1章 现代市场营销理念

1.1 市场营销及其演进

1.2 顾客满意的方法与实践

1.3 市场营销发展趋势

【训练任务】树立现代市场营销意识

思考题

第2章 市场调查

2.1 市场调查概述

2.2 市场调查的方法及技术

【训练任务】制订企业调查方案

2.3 市场营销预测

思考题

第3章 市场营销环境

3.1 市场营销环境概述

3.2 宏观营销环境

3.3 市场营销微观环境

3.4 市场环境分析方法

【训练任务】用SWOT分析法分析企业环境

思考题

第4章 市场竞争战略

4.1 竞争观念

4.2 市场竞争分析

4.3 竞争战略

4.4 竞争策略

【训练任务】分析竞争对手，制订竞争战略

思考题

第5章 目标市场战略

5.1 目标市场营销

5.2 市场细分

【训练任务1】:确定企业的细分市场

5.3 选择目标市场

【训练任务2】:选择企业的目标市场

5.4 市场定位

【训练任务3】:设计制订企业的市场定位

思考题

第6章 产品策略

6.1 产品整体概念与产品组合

【训练任务1】:确定企业的产品组合策略

6.2 产品生命周期及其营销策略

【训练任务2】:确定与企业所处产品生命周期相应的策略

6.3 品牌与包装策略

【训练任务3】:制订企业的品牌策略和包装策略

思考题

第7章 价格策略

<<市场营销实务>>

7.1影响企业定价的因素

【训练任务1】:明确企业定价的主要目标

7.2企业定价的方法

【训练任务2】:了解不同类型产品的定价方法

7.3价格的调整策略

【训练任务3】:掌握企业定价的策略和方法

思考题

第8章 分销渠道策略

8.1分销渠道概述

8.2中间商

8.3分销渠道的策略

8.4分销渠道的管理

【训练任务】制订企业分销渠道策略

思考题

第9章 促销策略

9.1促销概述

9.2人员推销

9.3广告

9.4营业推广

9.5公共关系

【训练任务】制订企业促销方案

思考题

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>