

<<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：9787300148823

10位ISBN编号：7300148824

出版时间：2012-3

出版时间：中国人民大学出版社

作者：毕起，郑鹏 编

页数：295

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

《市场营销实务》试图把“市场营销”课程的教学方法与教材有机、充分地结合，按“项目”、“任务教学链”来编写，使教材更具实用性、针对性。

对高职高专“市场营销”课程“工具化”性质的新认识，是本教材的理论基础和本质特色。

为满足“工具化”教学需要，本教材所呈现的“任务”都是企业的实际营销工作或问题，旨在拉近课堂与企业、学习与使用之间的距离。

本教材适合高职高专市场营销专业及相关专业教学使用，也适合市场营销从业人员阅读，还可作为企业培训教材。

<<市场营销实务>>

书籍目录

绪言

第一编 市场营销基本工具

- 项目一 产品开发
- 项目二 产品包装
- 项目三 商标与品牌
- 项目四 定价
- 项目五 调价
- 项目六 渠道设计
- 项目七 渠道管理
- 项目八 广告促销
- 项目九 公共关系促销
- 项目十 营业推广促销
- 项目十一 人员推销

第二编 市场营销分析应用工具

- 项目十二 市场需求分析法
- 项目十三 营销环境分析法
- 项目十四 swot分析法
- 项目十五 竞争分析法
- 项目十六 产品分类分析法
- 项目十七 市场细分分析法
- 项目十八 产品生命周期分析法
- 项目十九 波士顿矩阵分析法
- 项目二十 购买行为分析法
- 项目二十一 购买决策分析法
- 项目二十二 让渡价值分析法

第三编 市场营销创新

- 项目二十三 4c营销
- 项目二十四 4r营销
- 项目二十五 直复式营销
- 项目二十六 基准营销
- 项目二十七 体验营销
- 项目二十八 文化营销
- 项目二十九 事件营销

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>