第一图书网, tushu007.com

<<市场营销项目驱动教程>>

图书基本信息

书名：<<市场营销项目驱动教程>>

13位ISBN编号：9787301207505

10位ISBN编号：7301207506

出版时间：2012-6

出版时间：肖飞 北京大学出版社 (2012-06出版)

作者：肖飞 编

页数：268

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

《21世纪高职高专财经类能力本位型规划教材·市场营销专业教学改革教材：市场营销项目驱动教程》是一本市场营销理论加项目实践的教材，突出“教、学、做”一体化，采取项目引领、任务驱动、行动贯穿的模式编写，每一个项目包含多个任务，每一个任务又包含若干实践活动，在实践中寻找理论知识点的指导和帮助。
任务之间、实践活动之间和知识点之间相互关联，具有实践性、操作性和灵活性等特点。
全书分5个模块共10个项目，主要内容包括：认识和理解市场营销，市场营销环境分析，消费者行为分析，市场调研，市场细分与目标市场定位，制定产品策略，制定价格策略，制定渠道策略，制定促销策略，市场营销组织、计划和控制。
本书不仅可供高职高专及成人高等院校市场营销专业等经管类专业以及其他专业市场营销课程教学，还可供企业管理人员和企业营销人员参考使用。

<<市场营销项目驱动教程>>

书籍目录

模块一 导论篇 项目1 认识和理解市场营销 相关知识 1.1 市场营销的含义 1.2 市场营销的核心概念 1.3 市场营销学的研究对象和主要内容 1.4 市场营销观念的演进 1.5 市场营销新发展 项目实施 任务1.1 掌握市场营销相关核心概念 任务1.2 了解市场营销各职业岗位的主要工作任务 项目小结 职业能力训练 模块二 价值识剐篇 项目2 市场营销环境分析 相关知识 2.1 市场营销环境 2.2 宏观环境分析 2.3 微观环境分析 2.4 市场营销环境的分析方法 项目实施 任务2.1 讨论分析饮水杯生产企业的营销环境 任务2.2 分析果汁饮料企业的竞争对手 任务2.3 运用SWOT矩阵撰写企业分析报告 项目小结 职业能力训练 项目3 消费者行为分析 相关知识 3.1 消费者购买动机和购买类型 3.2 影响消费者购买行为的因素 3.3 消费者购买过程 项目实施 任务3.1 撰写《××商品消费者购买行为分析报告》 任务3.2 模拟消费者购买过程 项目小结 职业能力训练 项目4 市场调研 相关知识 4.1 市场调研的内容 4.2 市场调研的方法 4.3 市场调研的程序 4.4 市场调研问卷的设计 4.5 市场调研报告的撰写 项目实施 任务4.1 确定市场调研内容 任务4.2 确定市场调研方法 任务4.3 设计市场调研问卷 任务4.4 撰写市场调研报告 项目小结 职业能力训练 项目5 市场细分与目标市场定位 相关知识 5.1 市场细分 5.2 选择目标市场 5.3 市场定位 项目实施 任务5.1 产品市场细分实训 任务5.2 产品市场定位实训 项目小结 职业能力训练 模块三 价值创造篇 项目6 制定产品策略 相关知识 6.1 产品及产品生命周期 6.2 产品组合 6.3 新产品开发 6.4 产品包装 6.5 产品品牌 项目实施 任务6.1 撰写产品生命周期营销策略方案 任务6.2 撰写企业新产品开发方案 任务6.3 设计企业品牌塑造方案 项目小结 职业能力训练 项目7 制定价格策略 相关知识 7.1 影响定价的主要因素 7.2 定价方法与程序 7.3 产品基本定价策略 7.4 竞争中的价格调整策略 项目实施 任务7.1 撰写定价影响因素分析报告 任务7.2 制定产品价格实训 任务7.3 制定价格策略实训 项目小结 职业能力训练 模块四 价值传递篇 项目8 制定渠道策略 相关知识 8.1 市场营销分销渠道 8.2 分销渠道中的中间商 8.3 分销渠道设计和管理 项目实施 任务8.1 关于直销和传销的调研 任务8.2 设计分销渠道实训 任务8.3 管理分销渠道实训 项目小结 职业能力训练 项目9 制定促销策略 相关知识 9.1 促销与促销组合 9.2 人员推销 9.3 广告策略 9.4 营业推广 9.5 公共关系 项目实施 任务9.1 模拟人员促销实训 任务9.2 为××产品设计广告 任务9.3 撰写《××按摩器社区促销活动策划方案》（营业推广） 任务9.4 公共关系策划实训 任务9.5 撰写《××企业促销策略运作分析报告》 项目小结 职业能力训练 模块五 价值监控篇 项目10 市场营销组织、计划和控制 相关知识 10.1 市场营销组织 10.2 市场营销计划 10.3 市场营销计划控制 项目实施 任务10.1 撰写《××企业市场营销组织机构分析报告》 任务10.2 撰写《××汽车销售公司整合营销策划方案》 任务10.3 撰写《××企业市场营销策略综合运作分析报告》 项目小结 职业能力训练 参考文献

章节摘录

版权页： 插图： 3.1.1 消费者购买动机 动机是推动人从事某种活动，并朝一个方向前进的内部动力，是为实现一定目的而行动的原因。
动机是个体的内在过程，行为是这种内在过程的表现。
消费者购买动机是直接驱使消费者实行某种购买活动的一种内部动力，反映了消费者在心理、精神和感情上的需求。
常见的购买动机一般可归纳为下列五种。
1.求实购买动机 求实购买动机是以追求商品的使用价值为主要目的的购买动机。
具有这种购买动机的顾客特别注重商品的实际效用、功能和质量，讲求经济实惠和经济耐用，而不太注重商品的外观。
这类购买动机在顾客群中最具普遍性和代表性。
2.求新购买动机 求新购买动机以追求商品的新颖、奇特、时尚为主要购买动机。
具有这种购买动机的顾客特别重视商品的款式、颜色、造型是否符合时尚或与众不同，而不太注重商品的使用程度和价格高低。
3.求美购买动机 求美购买动机是以追求商品的艺术价值和欣赏价值为主要目标的购买动机。
具有这种购买动机的顾客特别重视商品本身的色彩美、造型美、艺术美，以及对人体的美化作用，对环境的装饰作用，对人的精神生活的陶冶作用，而对商品本身的实用价值不太重视。
4.求名购买动机 求名购买动机是以追求名牌商品、高档商品或仰慕某种传统商品的名望为主要购买目的的购买动机。
具有这种购买动机的顾客特别注重商品的商标、品牌、档次及象征意义，而不太重视商品的使用价值。
5.求廉购买动机 求廉购买动机是以追求商品价格低廉，希望以较少的货币支出获得较多物质利益为主要目的的购买动机。
其核心是“经济”和“节俭”，这种购买动机的顾客大都“货比三家”，以求价格上的差异。
具有这种购买动机的顾客特别注重商品的价格，对价格的变化反映格外敏感，对处理价、优惠价、特价、折扣价的商品特别感兴趣，求廉购买动机是一种较为普遍的购买动机。

编辑推荐

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