第一图书网, tushu007.com

<<市场营销>>

图书基本信息

书名：<<市场营销>>

13位ISBN编号：9787302133063

10位ISBN编号：7302133069

出版时间：2006-8

出版时间：清华大学出版社

作者：孙肖丽

页数：251

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

全书采取新颖的、统一的格式化设计，包括：知识目标、技能目标、引言、章首案例、正文、本章小结、复习思考题，特别是复习思考题中所列的实训题，是训练高职学生营销技能非常有益的训练题目。

全书共包括九章内容。

第一章概述,主要解决学生对营销的认识问题，概括地介绍营销的重要性及基本活动内容。

第二-七章，市场营销环境分析、目标市场策略、产品策划、价格策划、渠道策划及促销策划，是教学的重点内容，并且每一章的最后都列出了各种营销策划方案的基本编制格式，并附有范文。

第八章和第九章分别讲述了市场营销管理和商场营销策略。

本书既可作为市场营销、工商管理等经济类相关专业的教学用书，又可作为工商企业从业人员的培训教材。

此外，也是广大社会自学者的有益参考读本。

书籍目录

第一章　市场营销概述　第一节　正确理解市场营销　第二节　市场营销的活动内容　第三节　市场营销理念　本章　小结　思考与练习第二章　市场营销环境调研　第一节　市场营销环境概述　第二节　市场营销宏观环境分析　第三节　市场营销微观环境分析　第四节　购买行为分析　第五节　营销环境调研报告的编写格式及范本　本章　小结　思考与练习第三章　目标市场策略　第一节　市场细分　第二节　目标市场的选择策略　第三节　产品市场定位　第四节　定位策划方案的编制格式及范本　本章　小结　思考与练习第四章　产品策划　第一节　产品概述　第二节　产品组合策略　第三节　品牌策略　第四节　产品市场生命周期　第五节　产品策划方案编制格式及范文　本章　小结　思考与练习第五章　价格策划　第一节　价格概述　第二节　定价目标的选择　第三节　定价的程序与方法　第四节　定价策略技巧　第五节　价格策划方案的编制格式及范本　本章　小结　思考与练习第六章　销售渠道策划　第一节　销售渠道概述　第二节　中间商的类型　第三节　选择销售渠道应注意的因素　第四节　销售渠道的管理　第五节　分销渠道策划方案的编写格式及范本　本章　小结　思考与练习第七章　促销策划　第一节　促销概述　第二节　人员推销　第三节　广告策划　第四节　公共关系策划　第五节　营业推广策划　第六节　产品促销策划方案的编制格式　本章　小结　思考与练习第八章　市场营销管理　第一节　市场营销计划与组织　第二节　市场营销执行与控制　本章　小结　思考与练习第九章　零售企业营销　第一节　零售企业商圈调查分析　第二节　零售企业定价策略　第三节　零售企业营销要素设计　第四节　零售企业实用促销方法及案例　本章　小结　思考与练习附录A附录B附录C附录D参考文献

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