

<<市场营销>>

图书基本信息

书名：<<市场营销>>

13位ISBN编号：9787302220800

10位ISBN编号：7302220808

出版时间：2010-3

出版时间：清华大学出版社

作者：梁惠琼，余远坤 主编

页数：284

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>>

内容概要

本书贯彻《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）等重要文件精神，按照“工学结合”人才培养模式的要求，采用“基于工作过程导向——工作过程系统化课程”设计方法，以工作过程为导向，以项目和工作任务为载体，进行工作过程系统化课程设计。

本书按照市场营销的工作任务及工作过程分为成立公司、市场分析、市场营销调查、制定营销战略、选择营销战术、市场营销管理和综合模拟实训七个学习情境，各个学习情境所涉及的内容又细分成若干具体的技能和任务，每个学习情境按照工作过程组成完整的市场营销体系，真正体现了“工学结合”、融“教、学、做”为一体、“以学生为主体”的高职教育理念。

在设计工作任务及其理论知识时，既贯彻先进的高职教育理念，又注重教材的理论性和完整性，以使学生在市场营销方面具备一定的可持续发展的能力，较好地解决和实现了高职教材一直提倡但又难以解释和实现的“理论必需、够用”的问题和要求。

本书既可作为高职高专院校市场营销及经济管理类相关专业的教材，也可作为高职高专院校工科类专业和在职人员的培训教材。

<<市场营销>>

书籍目录

学习情境一 成立公司 任务一 模拟成立公司 任务二 企业营销运作管理 学习情境二 市场分析 任务一 分析市场环境 任务二 分析消费行为 任务三 分析竞争状况 学习情境三 市场营销调查 任务一 掌握调查技术 任务二 开展市场调查 任务三 撰写调查报告 学习情境四 制定营销战略 任务一 市场细分 任务二 目标市场选择 任务三 市场定位 学习情境五 选择营销战术 任务一 产品策略 任务二 价格策略 任务三 渠道策略 任务四 促销组合策略 学习情境六 市场营销管理 任务一 撰写营销计划书 任务二 营销计划的执行与控制 学习情境七 综合模拟 实训 实训一 市场调查与分析技能培养 实训二 市场开发技能培养 实训三 4Ps营销技能培养 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>