

图书基本信息

书名：<<营销师国家职业资格培训教程 营销师 二级>>

13位ISBN编号：9787304035853

10位ISBN编号：7304035854

出版时间：2006-8

出版时间：世界

作者：中国就业培训技术指导中心

页数：313

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

《教程》内容突出了“以职业活动为导向，以职业能力为核心”的指导思想，结合了最新的市场营销理论与实践。

结构针对营销师职业活动的领域，按照模块化设计，分营销师基础知识、营销员(国家职业资格五级)、高级营销员(国家职业资格四级)、助理营销师(国家职业资格三级)、营销师(国家职业资格2级)、高级营销师(国家职业资格一级)进行编写。

其中，

《营销师基础知识》是各级别营销师的必修部分，不分等级。

这部分内容的编写既本着科学、系统、规范、实用的原则，又注意保证知识的广度和深度。

业用语规范，语言简练易懂。

其他五个级别均按照《标准》的要求，分别编写不同等级营销师应掌握的专业知识和能力要求，保证了不同等级的实际操作程序的规范统一，使学员所学技能在实际运用中更具有针对性、实用性和可操作性。

《教程》不仅是用于营销人员的培训教材，而且是营销师的职业技能鉴定推荐用书，还可作为营销从业人员的自学用书。

书籍目录

第一章 市场分析

第一节 市场调研

- 一、制定市场调研计划
- 二、组织市场调研活动
- 三、测算总市场潜量与区域市场潜量

第二节 分析市场营销环境

- 一、分析市场营销环境的特征
- 二、分析宏观市场营销环境
- 三、分析企业微观市场营销环境
- 四、市场营销环境分析与企业对策
- 五、分析国内市场行情

第二章 营销策划

第一节 制定营销计划

- 一、制定和组织实施营销计划
- 二、进行市场细分
- 三、确定市场定位

第二节 产品策划

- 一、开发新产品
- 二、包装设计策略
- 三、制定产品价格

第三节 渠道策划

- 一、设计市场营销渠道的步骤
- 二、设计渠道长度
- 三、设计渠道宽度
- 四、设计渠道广度
- 五、制定基本销售渠道政策
- 六、制定销售价格政策
- 七、制定产品线经销政策
- 八、制定销售渠道的一体化政策
- 九、制定物流计划

第四节 市场推广策划

- 一、广告促销策划
- 二、寻找广告代理
- 三、公共宣传活动策划
- 四、危机公关
- 五、撰写公共宣传新闻稿

第五节 网络营销策划

- 一、建立企业站点
- 二、制定网页设计的原则
- 三、设计网页内容
- 四、设计网页效果
- 五、网站推广
- 六、制定互联网产品策略
- 七、选择网络分销渠道
- 八、制定价格策略

九、做好网络广告

十、企业站点公关

第三章 客户管理

第一节 客户服务管理

一、了解服务的特性

二、测评服务质量

三、制定服务营销策略

第二节 客户信用管理

一、规划信用销售业务流程

二、应收账款管理

三、合理应用信用政策

第三节 渠道成员管理

一、评估中间商绩效

二、渠道改进

三、渠道冲突管理

第四章 团队建设

参考文献

章节摘录

第一章 市场分析 企业进行市场分析是制定营销策略,开展营销活动的前提。进行市场调研、开展市场预测、分析国内外市场环境等工作,是市场营销工作不可或缺的部分。分析市场环境和市场调研与预测的方法是市场营销管理人员必须掌握的基本技能。

第一节 市场调研 企业要比竞争者更好地满足市场需求。赢得竞争优势,必须进行市场调研,广泛收集市场信息,对市场需求和产品销售前景做出合理的预测,从而制定积极有效的市场营销战略。

一、制定市场调研计划 (一)加强对市场调研的认识 市场调研就是科学地、系统地、客观地收集、整理和分析市场营销的资料、数据、信息,帮助企业管理人员制定有效的市场营销决策。我们要使企业的产品满足客户的需求取得盈利,必须先要调查客户需求什么,所以,市场调研具有十分重要的作用。

(1)通过市场调研,确定顾客的需求,才能生产客户需要的产品,保证企业获得满意的利润。市场调查是企业取得良好经济效益的保证。

(2)市场是不断变化的,顾客的需求各不相同。通过市场调研,可以发现一些新的机会和需求,开发新的产品去满足这些需求。

(3)通过市场调研可以发现企业产品的不足及经营中的缺点,及时地加以纠正,修改企业的经营策略,使企业在竞争中保持清醒的头脑,永远立于不败之地。

(4)通过市场调研还可以及时掌握企业竞争者的动态,掌握企业产品在市场上所占份额的大小,针对竞争者的策略,对自己的工作进行调整和改进。

知己知彼,才能百战百胜。

(5)通过市场调查,可以了解整个经济环境对企业发展的影响,了解国家的政策法规变化,预测未来市场可能发生的变化。

抓住一些新的发展机会,并对可能发生的情况及时采取应变措施。以减少企业的损失。

编辑推荐

《营销师国家职业资格培训教程:营销师(国家职业资格2级)》由中央广播电视大学出版社出版。

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>