

<<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：9787305086816

10位ISBN编号：7305086819

出版时间：2011-7

出版时间：南京大学出版社

作者：皮菊云，王仁干 编

页数：319

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

《高职高专“十二五”规划教材·经管专业系列：市场营销实务》是一本以营销工作过程为导向，真正实现“项目驱动、任务引领”的高职高专市场营销教材。本教材按照营销的工作流程，设计了10项工作任务：树立现代市场营销观念；规划企业战略与市场营销管理；分析市场营销环境；分析消费者市场与组织市场；组织市场营销调研；选择目标市场；制定产品策略；制定价格策略；制定渠道策略；制定促销组合策略。最后，根据营销理论和实践的新发展，设计了第11项工作任务——创新市场营销，为学生的长期发展奠定基础。

<<市场营销实务>>

书籍目录

任务1 树立现代市场营销观念【任务目标】【导入案例】【理论指导】1.1 明确市场营销的定义和内涵1.2 理解市场营销的核心概念1.3 把握市场营销观念的发展1.4 了解市场营销组合【课后自测】【案例分析】【实训操作】任务2 规划经营战略与市场营销管理【任务目标】【导入案例】【理论指导】2.1 了解企业战略规划的内容与步骤2.2 把握市场营销管理过程2.3 制定竞争性市场营销战略【课后自测】【案例分析】【实训操作】【知识扩展】任务3 分析市场营销环境【任务目标】【导入案例】【理论指导】3.1 明确市场营销环境的含义3.2 分析市场营销微观环境3.3 分析市场营销宏观环境3.4 掌握分析市场营销环境的方法【课后自测】【案例分析】【实训操作】【知识扩展】任务4 分析消费者市场和组织市场【任务目标】【导入案例】【理论指导】4.1 分析消费者市场4.2 分析组织市场购买行为【课后自测】【案例分析】【实训操作】任务5 组织市场营销调研【任务目标】【导入案例】【理论指导】5.1 设计市场调查问卷5.2 组织市场营销调研5.3 创建市场营销信息系统【课后自测】【案例分析】【实训操作】任务6 选择目标市场【任务目标】【导入案例】【理论指导】6.1 组织市场细分6.2 选择目标市场6.3 确定市场定位【课后自测】【案例分析】【实训操作】任务7 制定产品策略【任务目标】【导入案例】【理论指导】7.1 理解产品整体概念7.2 制定产品组合策略7.3 把握产品市场生命周期7.4 制定品牌策略7.5 制定包装策略7.6 制定新产品开发策略【课后自测】【案例分析】【实训操作】任务8 制定价格策略【任务目标】【导入案例】【理论指导】8.1 分析影响产品定价的因素8.2 掌握制定价格策略的步骤8.3 确定产品定价的方法8.4 制定产品定价的策略【课后自测】【案例分析】【实训操作】任务9 制定分销渠道策略【任务目标】【导入案例】【理论指导】9.1 了解分销渠道的内涵与类型9.2 设计分销渠道9.3 管理分销渠道9.4 认识中间商9.5 了解产品实体分配过程【课后自测】【案例分析】【实训操作】任务10 制定促销组合策略【任务目标】【导入案例】【理论指导】10.1 认识促销组合10.2 认识人员推销10.3 认识广告促销10.4 认识公共关系10.5 认识营业推广【课后自测】【案例分析】【实训操作】任务11 创新市场营销【任务目标】【导入案例】【理论指导】11.1 认识绿色营销11.2 认识关系营销11.3 认识体验营销11.4 认识网络营销11.5 认识整合营销【课后自测】【案例分析】【实训操作】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>