

<<市场营销基础理论与实训>>

图书基本信息

书名：<<市场营销基础理论与实训>>

13位ISBN编号：9787307090439

10位ISBN编号：7307090430

出版时间：2011-8

出版时间：武汉大学出版社

作者：李毅，杨宗佩 主编

页数：298

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>

<<市场营销基础理论与实训>>

内容概要

李毅、杨宗佩主编的《市场营销基础理论与实训》强调“任务驱动式”教学，根据市场营销的职业素质要求，将市场营销专业知识和能力分为11个学习情景，包括市场营销的基本认识，市场环境分析，市场营销调研，消费市场与消费者行为分析，目标市场定位与细分，市场营销组合策略——产品策略、定价策略、渠道策略、促销策略，营销应用领域之扩展——服务营销及市场营销管理——组织、执行与控制等。

《市场营销基础理论与实训》适用于高等职业院校、高等专科学校、成人高校、民办高校及本科院校举办的二级职业技术学院市场营销专业及其他相关专业的教学，并可作为社会从业人士的参考读物。

<<市场营销基础理论与实训>>

书籍目录

学习情境一 营销的基本认识

- 任务一 初识市场营销和市场营销管理
- 任务二 设计以“顾客”为导向的营销战略
- 任务三 熟悉市场营销过程
- 【本学习情境小结】
- 【情境思考】

学习情境二 市场营销环境分析

- 任务一 认识市场营销环境
- 任务二 市场营销宏观环境分析
- 任务三 市场营销微观分析
- 任务四 运用SWOT法分析市场营销环境
- 【本学习情境小结】
- 【情境思考】

学习情境三 市场营销调研

- 任务一 确定市场调研目标
- 任务二 制定市场调研方案
- 任务三 组织实施市场调研
- 任务四 调研结果的处理
- 【本学习情境小结】
- 【情境思考】

学习情境四 消费市场与消费者行为分析

- 任务一 掌握消费市场特点与分析购买对象
- 任务二 充分了解消费者行为过程
- 任务三 理解并分析影响消费者购买行为的因素
- 【本学习情境小结】
- 【情境思考】

学习情境五 目标市场定位与细分

- 任务一 对市场进行细分
- 任务二 选择目标市场
- 任务三 进行市场定位
- 【本学习情境小结】
- 【情境思考】

学习情境六 市场营销组合策略——产品策略

- 任务一 了解产品整体概念及产品组合策略
- 任务二 产品生命周期策略
- 任务三 新产品开发策略
- 任务四 品牌与包装策略
- 【本学习情境小结】
- 【情境思考】

学习情境七 定价策略

- 任务一 了解产品价格的形成
- 任务二 根据定价的方法学会制定产品价格
- 任务三 了解产品价格的形成
- 任务四 根据变化对价格进行调整
- 【本学习情境小结】

<<市场营销基础理论与实训>>

【情境思考】

学习情境八 市场营销组合策略——渠道策略

任务一 概述分销渠道

任务二 走入直销

任务三 走入中间商

任务四 选择与管理分销渠道

【本学习情境小结】

【情境思考】

学习情境九 促销策略

任务一 设计促销方案

任务二 进行人员推销

任务三 开展广告策划

任务四 策划营业推广活动

任务五 策划公共关系活动

【本学习情境小结】

【情境思考】

学习情境十 营销应用领域之扩展——服务市场营销

任务一 了解服务市场营销

任务二 管理服务质量

任务三 分析服务市场营销组合策略

【本学习情境小结】

【情境思考】

学习情境十一 市场营销管理——组织、执行与控制

任务一 熟悉市场营销组织

任务二 执行市场营销方案

任务三 市场营销的控制

【本学习情境小结】

【情境思考】

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>