

<<市场营销基础理论与实训能力训练>>

图书基本信息

书名：<<市场营销基础理论与实训能力训练手册>>

13位ISBN编号：9787307090521

10位ISBN编号：730709052X

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：97

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能力训练>>

内容概要

本手册为武汉大学出版社出版的《市场营销基础理论与实训》教材(李毅、杨宗佩主编)的配套训练手册。

本手册以工作过程为导向,以项目和工作任务为载体,每个学习情境训练由三个部分构成,即情境知识小结、职业判断能力训练、职业实践能力训练。

本手册还特别在每个情境练习后附上了考核记录表,便于教师对学生在该情境的练习作出评价,以及“铜币评价和自我评价”表,以便于学生及时自评。

本教材既可以作为市场营销专业的市场营销教材的配套实训教材,也可以作为其他相关专业的市场营销课程的辅助练习材料。

<<市场营销基础理论与实训能力训练>>

书籍目录

学习情境一 导论

- 第一部分 知识要点回顾
- 第二部分 职业判断能力训练
- 第三部分 职业实践能力训练
- 第四部分 考核记录表
- 第五部分 教师评价与自我评价

学习情境二 市场营销环境分析

- 第一部分 知识要点回顾
- 第二部分 职业判断能力训练
- 第三部分 职业实践能力训练
- 第四部分 考核记录表
- 第五部分 教师评价与自我评价

学习情境三 市场营销调研

- 第一部分 知识要点回顾
- 第二部分 职业判断能力训练
- 第三部分 职业实践能力训练
- 第四部分 考核记录表
- 第五部分 教师评价与自我评价

学习情境四 消费市场与消费者行为分析

- 第一部分 知识要点回顾
- 第二部分 职业判断能力训练
- 第三部分 职业实践能力训练
- 第四部分 考核记录表
- 第五部分 教师评价与自我评价

学习情境五 目标市场定位与细分

学习情境六 产品策略

学习情境七 定价策略

学习情境八 市场营销组合策略——渠道策略

学习情境九 促销策略

学习情境十 营销应用领域之扩展——服务市场营销

学习情境十一 市场营销管理——组织、执行与控制

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>