

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787504577153

10位ISBN编号：7504577154

出版时间：2009-8

出版时间：中国劳动社会保障出版社

作者：李焕荣 主编

译者：人力资源和社会保障教材办公室

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>

<<市场营销学>>

内容概要

本书为国家级职业教育规划教材，根据高职高专市场营销专业教学实际，由人力资源和社会保障部教材办公室组织企业和院校的专家共同研讨和编写。

本书根据市场营销的几大功能模块，按照任务驱动教学法的思路编写，分别介绍了对市场营销一般认识、市场调查与选择、营销策划、营销实施和营销效果评价等市场营销专业的基础知识，并力图使学生掌握如下几个能力：能够设计市场调查问卷，利用问卷收集客户资料，撰写和分析市场调查报告；能够树立消费者满意意识；能根据企业现状和营销环境，对营销市场进行合理细分并选择；能够提出企业产品组合、品牌策划的建设性建议；能够根据企业经营现状、产品特点及特定的时机，选择合适的促销策略（包括人员推销、广告宣传、公共关系管理等）；能够对企业的销售效果和渠道效果进行评价。

本书为高职高专市场营销专业教材，也可作为成人高校、本科院校举办的二级职业技术学院和民办高校的营销专业教材，还可作为市场营销人员自学用书。

<<市场营销学>>

书籍目录

模块一 认识市场营销模块二 市场调查与选择 任务1 市场调查和调查问卷的设计 任务2 分析市场环境 任务3 分析消费者购买行为 任务4 市场细分与选择模块三 营销策划 任务1 产品组合策划 任务2 产品品牌策划 任务3 产品生命周期的应用 任务4 产品价格策划模块四 营销实施 任务1 营销渠道实施 任务2 人员推销 任务3 广告宣传 任务4 公共关系管理模块五 营销效果评价 任务1 销售效果评价 任务2 渠道效果评价参考文献

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>