

<<市场营销>>

图书基本信息

书名：<<市场营销>>

13位ISBN编号：9787509530962

10位ISBN编号：7509530962

出版时间：2011-9

出版时间：中国财政经济出版社

作者：宫相荣 著

页数：236

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>>

内容概要

《市场营销（第2版）》中指出：“到2010年，高等职业教育招生规模占高等教育招生规模的一半以上。

‘十一五’期间，为社会输送1100多万名高等职业院校毕业生。

实施国家技能型人才培养培训工程，加快生产、服务一线急需的技能型人才的培养，特别是现代制造业、现代服务业紧缺的高素质高技能专门人才的培养。

”教育部《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》中指出：“要针对高等职业院校学生特点，培养学生的社会适应性，教育学生树立终身学习的理念，提高学习能力，学会交流沟通和团队协作，提高学生的实践能力、创造能力、就业能力和创业能力，培养德智体美全面发展的社会主义建设者和接班人。

”

<<市场营销>>

书籍目录

第一章 导论第一节 市场营销概述第二节 现代营销理念实训与练习第二章 市场营销调研与预测第一节 市场营销信息系统第二节 市场营销调研第三节 市场需求预测实训与练习第三章 市场营销环境分析第一节 市场营销环境概述第二节 营销环境分析与对策实训与练习第四章 购买者行为分析第一节 市场概述第二节 消费者市场购买行为分析第三节 组织市场及其购买行为实训与练习第五章 市场营销战略规划第一节 市场营销战略规划概述第二节 规划企业任务与目标第三节 制订企业业务投资组合计划第四节 选择企业的发展战略实训与练习第六章 目标市场营销第一节 市场细分第二节 目标市场选择战略第三节 目标市场定位实训与练习第七章 产品策略第一节 产品概念和产品分类第二节 产品组合第三节 产品市场生命周期第四节 品牌与商标策略第五节 包装策略第六节 新产品开发实训与练习第八章 价格策略第一节 定价目标与定价程序第二节 定价方法第三节 定价和调价策略实训与练习第九章 分销渠道策略第一节 分销渠道概述第二节 分销渠道决策第三节 分销渠道的管理实训与练习第十章 促销策略第一节 促销策略概述第二节 人员推销第三节 广告第四节 公共关系第五节 营业推广实训与练习第十一章 市场营销计划、组织、执行与控制第一节 市场营销计划第二节 市场营销组织第三节 市场营销执行第四节 市场营销控制实训与练习第十二章 特殊市场营销第一节 服务营销第二节 网络营销实训与练习参考文献

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>