第一图书网, tushu007.com

<<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：9787512101425

10位ISBN编号：7512101422

出版时间：2010-1

出版时间：清华大学出版社

作者：徐静，张丽丽　主编

页数：290

译者：副主编王哲辉

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

内容概要

本书将理论教学与实训教学相互配合，建立理论教学体系与实训教学体系相结合的教学体系模块。
理论教学体系共十章，由三个模块构成，即：营销原理模块，包括市场营销概述、市场营销环境分析、顾客购买行为分析；营销实务模块，包括营销信息与营销调研、目标市场营销、产品策略、定价策略、分销渠道策略、促销策略；营销管理模块，包括市场营销管理。
实训教学体系由三个模块构成，即课前学生自学模块，课后实训模块，拓展模块。
　　本书较为完整地介绍了市场营销理论与实践，融“练、学、做、拓”为一体，适合作为高职高专市场营销类专业、财经管理类专业、工商管理类专业及相关专业选用，也适合企业培训和市场营销在职人员自学使用。

第一图书网, tushu007.com

<<市场营销实务>>

书籍目录

第1章 市场营销概述 1.1 市场和市场营销 1.1.1 市场 1.1.2 市场营销的界定 1.1.3 市场营销概念的演进 1.1.4 市场营销与推销 1.1.5 营销核心概念 1.2 市场营销观念 1.2.1 传统观念 1.2.2 市场营销观念 1.2.3 社会市场营销观念 1.2.4 营销观念的新发展 1.2.5 4P、4C到4R的营销观念的碰撞与变革 1.3 市场营销的功能和作用 1.3.1 市场营销的地位 1.3.2 市场营销的功能 1.3.3 市场营销的作用 复习思考题 实训题 课外阅读——小故事大道理 第2章 市场营销环境分析 2.1 市场营销环境分析的意义 2.1.1 营销环境的含义 2.1.2 营销环境的特征 2.1.3 市场营销环境分析的意义 2.2 市场营销微观环境分析 2.2.1 企业内部因素 2.2.2 供应商 2.2.3 营销中间商 2.2.4 目标顾客 2.2.5 竞争者 2.2.6 公众 2.3 市场营销宏观环境分析 2.3.1 人口环境 2.3.2 经济环境 2.3.3 自然环境 2.3.4 政治法律环境 2.3.5 科学技术环境 2.3.6 社会文化环境 2.4 环境威胁与营销对策 2.4.1 环境威胁与市场机会 2.4.2 威胁与机会的分析与评价 2.4.3 企业营销对策 2.4.4 SWOT分析 复习思考题 实训题 课外阅读——小故事大道理 第3章 顾客购买行为分析 3.1 消费者市场购买行为分析 3.1.1 消费者市场的含义 3.1.2 消费者市场韵特点 3.1.3 消费者行为的一般模式 3.1.4 影响消费者行为的主要因素 3.1.5 消费者购买决策类型 ……第4章 营销信息与营销调研第5章 目标市场营销第6章 产品策略第7章 定价策略第8章 分销渠道策略第9章 促销策略第10章 市场营销管理参考文献

第一图书网, tushu007.com

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