

<<通信营销概论与实训>>

图书基本信息

书名：<<通信营销概论与实训>>

13位ISBN编号：9787560627694

10位ISBN编号：7560627692

出版时间：2012-5

出版时间：西安电子科技大学出版社

作者：王永学，等 编

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>

<<通信营销概论与实训>>

内容概要

《通信营销概论与实训》以通信行业为背景，全面介绍了市场营销的基本概念。全书分为10章，主要包括通信营销的基本概念、通信市场营销环境分析、通信营销购买行为分析、通信市场营销调研与分析、stp营销战略、通信营销组合及产品策略、通信营销组合——价格策略、通信营销组合——分销渠道策略、通信营销组合——促销策略和电信产业链概述。为了便于配合理论知识学习和课堂讨论，各章还配有相关案例，并在书末附录中编写了10个训练项目。

《通信营销概论与实训》主要针对高职高专院校通信类专业学生，为通信类学生了解通信行业，熟悉营销理论和实践提供学习资料和素材。

<<通信营销概论与实训>>

书籍目录

第一章 通信营销的基本概念1.1 通信营销引入案例1.2市场的概念1.3 通信市场的概念1.4 市场的要素1.5通信营销观念演变与案例分析1.6 4p或6p营销观念1.7 通信客户让渡价值与客户满意理论1.7.1 让渡价值1.7.2 通信客户满意理论习题一第二章 通信市场营销环境分析2.1 通信市场营销环境2.2 通信市场营销环境的分类2.2.1 宏观环境与微观环境2.2.2 机会环境与威胁环境2.2.3 长期环境与短期环境2.3通信市场营销环境评价——swot分析法习题二第三章 通信营销购买行为分析3.1通信客户购买行为的形成过程3.2 通信客户购买行为模式3.2.1黑箱理论3.2.2 通信客户购买行为分类3.3 通信客户购买行为的分析方法3.4 影响消费者购买行为的主要因素3.4.1影响消费者购买行为的四大因素3.4.2马斯洛需求层次理论3.4.3家庭购买行为3.5 参与购买行为的角色3.6 购买行为的决策过程3.7 商业客户购买行为分析3.8 影响商业客户购买行为的主要因素3.9 竞争者分析习题三第四章 通信市场营销调研与分析4.1 通信市场营销调研4.2 通信市场营销调研的主要内容4.2.1通信市场环境调研4.2.2通信市场客户调研4.2.3通信业务和产品调研4.2.4竞争对手调研4.3 通信市场营销调研的方法和步骤4.3.1 通信市场营销调研的方法4.3.2 通信市场营销调研的步骤习题四第五章 stp营销战略5.1 市场细分的概念5.2 市场细分的目的5.3 市场细分的方法5.3.1 细分消费者市场的基础5.3.2市场细分的步骤5.4 目标市场选择5.4.1目标市场模式5.4.2目标市场策略5.5市场定位5.5.1市场定位的步骤5.5.2市场定位的策略习题五第六章 通信营销组合及产品策略6.1 产品 (product) 策略6.1.1 通信服务整体产品概念6.1.2产品的生命周期6.1.3产品的组合策略6.1.4 产品组合策略分析方法6.2 品牌策略6.2.1 实行服务品牌的作用6.2.2 推行品牌竞争的策略习题六第七章 通信营销组合——价格策略7.1 定价目标7.1.1以利润为目标的定价7.1.2 以销售为目标的定价7.1.3 以竞争为目标的定价7.1.4以社会效益为目标的定价7.2 定价方法7.2.1 成本导向定价法7.2.2 竞争导向定价法7.2.3 顾客导向定价法7.2.4 各种定价方法的运用7.3 产品定价的基本程序7.4 产品的定价策略7.4.1撇脂定价策略7.4.2 渗透定价策略7.4.3 满意定价策略习题七第八章 通信营销组合——分销渠道策略8.1 分销渠道概述8.1.1电信分销渠道的概念8.1.2电信分销渠道的作用8.1.3中间商的类型8.2 分销渠道的分类8.3 分销渠道的设计8.3.1影响电信分销渠道选择的因素8.3.2电信分销渠道选择策略8.3.3电信分销渠道评估8.4 分销渠道的管理8.4.1渠道成员的管理8.4.2渠道冲突的管理8.4.3分销渠道的调整8.5 直销——分销渠道发展趋势8.5.1 直销的发展8.5.2渠道的联合8.5.3多渠道系统的发展习题八第九章 通信营销组合——促销策略9.1 什么是促销策略9.2促销组合9.3 促销决策的步骤9.4 影响促销组合的主要因素9.4.1 目标因素9.4.2 促销策略9.4.3产品因素9.4.4市场因素9.5 人员促销9.5.1人员促销的目的9.5.2 人员促销的类型9.6营业推广9.6.1营业推广的作用9.6.2营业推广方式9.6.3营业推广设计习题九第十章 电信产业链概述10.1 2g产业链10.2 3g产业链10.3 中国电信运营商变革附录实训训练项目1 组建通信模拟公司训练项目2 电信公司营销理念及环境分析训练项目3 电信公司调研训练项目4 目标市场与市场细分训练项目5 产品策略训练项目6 价格策略训练项目7 渠道策略训练项目8 推销情景模拟训练项目9 综合战略方案训练项目10 企业和产品宣讲实训参考文献

<<通信营销概论与实训>>

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>