

<<市场营销基础>>

图书基本信息

书名：<<市场营销基础>>

13位ISBN编号：9787560934822

10位ISBN编号：756093482X

出版时间：2005-9

出版时间：华中科技大学出版社

作者：肖院生 编

页数：160

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>>

内容概要

根据教育部2005年《关于加快发展中等职业教育的意见》精神，中等职业学校要根据经济结构调整和就业市场需要，调整专业结构，加快发展新兴产业和现代服务业的相关专业，开发新的课程和教材。

教材建设是学校教学改革的重要方面，是专业建设和学科建设的重要内容。

为了适应职业教育发展的要求，适应企业市场营销活动的实际需要，结合本人长期从事市场营销课程教学的实践经验，特编写《市场营销基础》这本书奉献给读者。

《市场营销基础》是市场营销专业的主要专业课程，也是我校其他各专业的专业基础课程。

为了更好地学习这门课，本教材以成熟的学科理论为基础，突出本课程的基本理论、基本知识和基本方法，突破性地以教学要点的形式组织编写。

这种编写思路既改变了传统课堂教学中“以教师为本位，教师讲，学生听和写”为“以学生为本位，教师引导，学生看、思、讲”，学生由被动学习转变为主动学习。

又避免因内容冗长，学生自己看书自学而不得要领的问题。

教材充分体现实用性——围绕企业开展市场营销活动的具体环节来设计教材内容，要求在营销活动的每一个环节明确应该做什么，怎样做，注重学生能力的培养；实践性——理论联系实际，结合实际的案例对知识要点进行分析和消化；启发式——把学生摆在具体的营销情景中，不断进行角色转换，思考和解决实际问题。

本书内容简单、明了，通俗易懂。

不仅可作为中等职业学校市场营销课程的教学用书，而且也是现代企业培训初、中级市场营销人员的通俗教材。

<<市场营销基础>>

书籍目录

第一讲 正确理解市场营销一、对市场营销的理解二、为什么要学习市场营销学三、市场营销学的内容模块四、学好市场营销学的方法思考题第二讲 树立正确的市场观念一、市场观念的定义二、认识一些相关说法三、市场观念的演变四、企业如何做到真正以消费者为中心五、企业如何真正以消费者为中心思考题第三讲 市场营销组合理论一、什么是市场二、市场的分类三、市场营销组合理论四、营销组合理论的发展五、市场营销过程思考题第四讲 市场营销环境分析一、什么是市场营销环境二、企业为什么要对各种营销环境进行分析三、对微观环境的分析四、对宏观环境的分析五、市场营销环境的分析方法思考题第五讲 消费者需求分析一、为什么要对消费者需求进行分析二、如何分析消费者需求三、消费者的需要四、消费者购买动机分析五、消费者购买行为分析六、影响消费者行为的因素思考题第六讲 市场营销战略一、市场调查与预测二、市场细分三、选择目标市场四、市场定位思考题第七讲 产品策略一、正确认识产品二、产品组合理论三、产品市场生命周期理论四、新产品开发与推广五、品牌与品牌策略六、包装与包装策略思考题第八讲 定价策略一、定价策略在营销组合中的地位二、市场营销中价格的特点三、定价程序四、企业定价目标五、分析影响定价的因素六、定价方法.....第九讲 分销渠道策略第十讲 促进销售策略

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>