

<<(新世纪中等职业教育)市场营销>>

图书基本信息

书名：<<(新世纪中等职业教育)市场营销>>

13位ISBN编号：9787561149430

10位ISBN编号：7561149433

出版时间：2009-7

出版时间：大连理工大学出版社

作者：傅丽环 主编

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>

<<(新世纪中等职业教育)市场营销>>

内容概要

《市场营销》是新世纪中中专教材编审委员会组编的经济管理类课程规划教材之一。

随着我国经济社会的发展,市场信息营销作为一门应用科学在企业中的应用价值得到了快速提升。市场营销已经成为各中中专院样经管类相关专业的核心专业课,并且具备较强职业性和应用性。按照全国职业教育工作会议的精神,我们组织多位具有多年市场营销教学经验的一线任课教师,进行认真探讨,形成初步的编写大纲,后组织有关专家和实际从事市场营销的中职毕业生进行修改和认同后,编写了这本《市场营销》教材。

本教材的开发以职业能力培养为核心、以市场营销应用项目为载体,引导学生积极思考、乐于实践,从而提高学习效果。

具体有以下特点: 1. 理论体系完整。

在编写过程中,编者始终从中中专学生的实际情况以及职业需求出发,以市场营销因素为线索,设计了本教材的内容体系,力求理论够用。

2. 体例新颖。

为了使本教材能达到引人入胜和激发学生的学习兴趣,每章节以“观点聚焦”来突出本章的重点,以“案例引入”来激发学生思考和学习兴趣。

特别是本教材所采用的案例与现实生活较为贴切,方便学生理解和掌握。

3. 采用案例和实训辅助教学。

在编写过程中,凡是遇到较难理解的理论知识,力求以“小知识”或“小案例”加以补充阐述,以引导学生产生广阔的思考空间,便于理解应用,对课后实训部分的作业,力求学生易操作,教师易考核,突出重难点。

本书由福建商贸学校傅丽环任主编,福建工贸学校谢孝彬、龙岩财经学校郑碧仙、集美轻工业学校何德智任副主编著,福建商贸学校陈忱、泉州慈山财经学校衷凤英、三明农业学校林娟、泉州慈山财经学校陈永泰、福州商贸职专姚靖屏参与了本教材的编写。

编写分工如下:第一章由傅丽环、郑碧仙共同编写,第二章由何德智编写,第三章由姚靖屏编写,第四章由陈永泰编写,第五章由谢孝彬编写,第六章由衷凤英编写,第七章由陈忱编写。

福建工贸学校余金通审阅了全书并提出许多宝贵的意见和建议。

本书在编写过程中参阅了大量文献,得到许多专家、老师以及市场营销成功人士的大力支持,在此一并表示感谢。

由于作者水平有限,教材中难免存在不足之处,恳请广大读者批评指正。

书籍目录

第1章 市场与市场营销 1.1 市场的基本概述 1.2 市场营销的基本概述 1.3 消费者购买行为分析 1.4 关注市场营销环境, 捕捉市场机遇 本章小结 拓展训练 第2章 市场细分与市场定位 2.1 市场细分 2.2 选择目标市场的方法与策略 2.3 市场定位 本章小结 拓展训练 第3章 产品——企业营销的基石 3.1 产品与产品组合 3.2 产品生命周期与新产品开发 3.3 品牌与包装 本章小结 拓展训练 第4章 定价——企业利润的来源 4.1 定价与定价基本方法 4.2 定价的策略与技巧 4.3 变价的策略与技巧 本章小结 拓展训练 第5章 渠道——企业与市场的联系纽带 5.1 分销渠道概述及类型 5.2 中间商的作用与类型 5.3 分销渠道策略 本章小结 拓展训练 第6章 促销——企业与消费者沟通的桥梁 6.1 促销与促销组合 6.2 人员推销 6.3 广告宣传 6.4 公共关系 6.5 营业推广 本章小结 拓展训练 第7章 市场营销的新发展 7.1 直接营销 7.2 网络营销 7.3 服务营销 7.4 视觉营销 本章小结 拓展训练

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>