第一图书网, tushu007.com

<<市场营销实训>>

图书基本信息

书名：<<市场营销实训>>

13位ISBN编号：9787563813926

10位ISBN编号：7563813926

出版时间：2010-1

出版时间：首都经贸

作者：赵越

页数：302

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

<<市场营销实训>>

内容概要

市场营销是一门实践性很强的学科，在教学中，应改革教学方法，建立教师与学生交互式的新型教学关系，充分发挥学生的主动性和创造性，应运用现代教学手段，采用案例教学、课堂讨论、市场营销策划、模拟等方式，构建一套富有创意、操作性强的教学方法。
本书通过编者的教学实践，吸收和借鉴国内外各种教学模式的优点，希望在提高学生的市场营销实践能力和训练方面有所创新。
　本书采用模块化设置，分为感悟营销(市场营销的基本理论、观念和新发展)、把握市场、市场营销战略、市场营销策略和营销管理五个部分。
每章包括营销名言、知识卡片、营销故事、营销寓言、经典案例、营销游戏、边学边练、延伸阅读等内容。
本书基本上与现行教材《市场营销学通论》、《市场营销学》等相配套，既可与上述教材结合使用.也可单独使用，专门强化学生的营销实践能力。
　本书的第一、四、七、十二章由赵越编写；第二、三、十三章由王振江编写；第六、八章由刘建梅编写；第五章由张小瑞编写；第九章由曹兰编写；第十、十一章由涂建民编写全书上赵越总纂定稿。
　本书编写过程中借鉴和参考了国内外营销专家与学者的大量最新研究成果，因体例所限，未能一一列出，谨在此致以诚挚的谢意。
首都经济贸易大学出版社孟岩岭编辑在本书的选题、出版过程中给与极大的关注与支持，在此深表谢意。

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

模块一　感悟营销　第一章　营销的真谛　第二章　新概念营销Ⅰ——整合营销　第三章　新概念营销Ⅱ——网络营销模块二　把握市场——市场分析与研究能力　第四章　市场分析　第五章　顾客购买行为模块三　市场营销战略　第六章 目标市场营销战略(STP营销)　第七章　企业战略规划与竞争战略模块四　市场营销策略——出奇制胜　第八章　产品策略　第九章　价格策略　第十章　促销策略　第十一章　公共关系　第十二章　分销渠道策略模块五　市场营销管理——趋势应变　第十三章　市场营销计划、组织、执行和控制后记

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