

<<营销实务教程>>

图书基本信息

书名：<<营销实务教程>>

13位ISBN编号：9787801813572

10位ISBN编号：780181357X

出版时间：2005-3

出版时间：中国对外经济贸易

作者：金依明

页数：326

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>

<<营销实务教程>>

内容概要

本书在编写过程中，针对高职高专教育的特点，按照教育部《关于加强高职高专教育教材建设的若干意见》的要求，力求以应用为目的，以必需和够用为标准，以讲清概念、强化应用为重点，紧紧联系营销实际，立足于提高学生整体素质和营销综合能力，特别是创新能力和实践能力的培养。本书的编写内容和体例比以往的同类教材有很大突破，体现出内容精练、针对性强、通俗易懂和突出实训的特点。

书籍目录

第一章 营销观念 第一节 营销的核心概念 第二节 营销观念 第三节 SWOT分析 课堂训练 课后训练
第二章 市场调研实务 第一节 市场调查的内容 第二节 市场调查的方法 第三节 市场调查问卷的设计 课堂训练 课后训练
第三章 消费心理和行为分析实务 第一节 消费心理及消费行为过程 第二节 消费者的需要 第三节 消费看购买动机和购买行为 第四节 消费者的购买决策过程 课堂训练 课后训练
第四章 产品开发实务 第一节 产品市场生命周期及营销策略 第二节 新产品开发 第三节 包装实务 第四节 国际市场营销的产品策略 课堂训练 课后训练
第五章 品牌实务 第一节 品牌决策 第二节 品牌的命名 第三节 品牌标志的设计与传播 第四节 品牌的培育 第五节 国际市场品牌实务 课堂训练 课后训练
第六章 定价实务 第一节 价格制定 第二节 实用定价策略 第三节 价格变动 第四节 国际市场产品定价实务 课堂训练 课后训练
第七章 分销实务 第一节 分销渠道的概念与类型 第二节 影响分销渠道选择的主要因素 第三节 分销方式 第四节 国际市场产品分销实务 课堂训练 课后训练
第八章 促销实务参考书目

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>