

<<市场营销实务>>

图书基本信息

书名：<<市场营销实务>>

13位ISBN编号：9787802070301

10位ISBN编号：7802070309

出版时间：2005-4

出版时间：经济管理出版社

作者：迈克·海德

页数：254

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>

<<市场营销实务>>

内容概要

本书主要从营销实务概念, 信息收集、整理、分析, 营销角色分析, 人际关系网络技巧, 营销活动计划, 营销活动的类型, 协调促销组合、营销组合, 市场营销预算等方面对市场营销的微观细节作了详细分析, 注意实用性和可操作性。

本套教材的每一位作者都是依据考试来具体组织每本书的。

因此, 教材的每一章都对应着考试大纲的一个部分。

你必须系统地学完整体教材, 这样才能保证你学到了所有必须学习的内容。

教材的每一章都包括以下几部分: 学习目的 指了了在学习完一章后你必须掌握的内容 考试大纲 参考指出了这一单元的内容包括在考试大纲的哪一部分 学习指南 告诉你这一章有多长以及其中的活动需要花多长时间来完成 问题 是专门帮助你进行练习的, 这些问题与考试中的问题很相近 答案 (在教材的最后) 告诉你回答考试问题的一些格式。

记住, 这些都不是标准答案, 你只能把这些答案作为指导和示范使用 活动 是为了你让将学到的知识进行运用 活动提示 (在教材的最后) 解释了各章的活动所使用的方法 提示和小窍门 是高级考官、考官和教材作者给你的一些提示, 以帮助你避免重复以前的考生出现的一些常见错误, 并指导你提高基础知识 见识 主要是鼓励你将学到的书面知识应用到实际生活中去 关键定义 突出解释了那一章的关键点 定义 是为了通过考试你必须了解的一些概念 小结 指出了你在那一章中必须学到的知识 知识拓展 提供了除教材之外的辅助阅读材料 我们相信, 这套教材的内容和其中设计的评估活动将很好地帮助你准备CIM的考试, 而且对你今后的学习和具体运用也会有很大的帮助。

<<市场营销实务>>

作者简介

迈克·海德长期从事CIM工作，对CIM各级别均有丰富的教学经验。迈克在Solihull学院负责一项大型的CIM营销项目，同时还在布达佩斯营销研究院参与授课，此后他来到Bournville学院担任商学院的院长。1999年，迈克被任命为《市场营销实务》课程的高级考官。迈克在转入教育领域之前长期从事营销工作，深感本考试大纲和教材能够反映出现代营销人员及其现任或未来的雇主的切实需求。

<<市场营销实务>>

书籍目录

第一单元 《市场营销实务》概述引言是考试还是连续评估？

一线营销师的角色营销人员必要技能自查考试大纲的五大活动要素试题分析第二单元 从组织内部及外部收集信息引言在组织内部收集信息使用内联网收集竞争者的信息收集潜在供应商的信息第三单元 汇总和表达信息引言选择数据库表达比较信息并影响决策管理数据库利用数据库进行市场细分第四单元 收集与分析财务及其他数字信息引言使用电子表格基本的统计技术财务数据的比较权衡其他因素进行财务决策第五单元 营销中的联络引言营销职位分析了解企业营销导向的组织E-关系——使用电子媒体与客户和供应商沟通与外部代理机构打交道与客户打交道人员销售与供应链的上下游打交道——供应商和分销渠道第六单元 实用关系网络技巧为何人际关系网络如此重要建立通讯录建立人际关系网的个人技巧在工作中推销自己与新闻媒体打交道通过人际网络达成个人目标第七单元 营销活动的计划计划方法活动场地的选择会议或活动的成本及预算活动评估及选择满足客户需求详细计划、预期及现场管理营销活动效果分析第八单元 营销活动的类型及应用探析会议及活动——一个真正的跨国产业营销活动的范畴展览会会面和大型会议招街国外来宾新店开业第九单元 协调促销组合第十单元 协调营销组合第十一单元 预算基础第十二单元 考试中的计算器附录一 考试指导附录二 CIM的论文写作和综合项目报告附录三 答案及提示附录四 课程信息和阅读书目

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>