

<<市场营销原理与实务>>

图书基本信息

书名：<<市场营销原理与实务>>

13位ISBN编号：9787810618939

10位ISBN编号：7810618938

出版时间：1970-1

出版时间：中南大学出版社

作者：伍冀程

页数：313

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>

<<市场营销原理与实务>>

内容概要

本书作为经营类高职教材，在编写过程中立足于提高学生整体素质和学生营销综合职业能力特别是实践操作能力的培养，在准确地阐述市场营销的基本概念、基本原理和基本方法的基础上，广泛搜集国内外营销实例，充分吸收国内外本学科理论研究和营销实践活动的新成果、新材料。

教材内容包括市场营销概述、市场营销信息系统与市场营销调研、市场营销环境、市场营销管理过程、消费者市场与组织市场购买行为分析、市场细分与目标市场策略、产品策略、定价策略、分销渠道策略、促销策略、服务市场营销、网络营销与直复营销、国际市场营销。

在编排上设计了学习目标、理论阐述、案例与分析、复习思考、实践活动等形式新颖、结构严谨的栏目，深入浅出地凸现了市场营销学的知识结构，突出了以培养学生技术应用能力为主导的高职高专教育特色，体现了教材内容的实用性，是高职高专的理想教材和市场营销人员的参考读物。

<<市场营销原理与实务>>

书籍目录

第一章 市场营销概述 第一节 市场营销与市场营销学 第二节 市场营销观念及其新发展 第三节 市场营销理论总体框架的形成与发展 案例与分析 复习思考题 实践活动第二章 市场营销信息系统与市场营销调研 第一节 市场营销信息系统 第二节 市场营销调研的含义、分类和内容 第三节 市场营销调研的程序和方法 案例与分析 复习思考题 实践活动第三章 市场营销环境 第一节 市场营销环境概述 第二节 市场营销的微观环境分析 第三节 市场营销的宏观环境分析 案例与分析 复习思考题 实践活动第四章 企业战略及营销管理 第一节 企业营销战略的含义与特色 第二节 企业战略规划程序及内容 第三节 市场营销的组织与管理 第四节 SWOT分析法 案例与分析 复习思考题 实践活动第五章 消费者市场与组织市场购买行为分析 第一节 消费者市场购买行为分析 第二节 组织市场购买行为分析 案例与分析 复习思考题 实践活动第六章 市场细分与目标市场策略 第一节 市场细分概述 第二节 目标市场选择 第三节 市场定位 案例与分析 复习思考题 实践活动第七章 产品策略 第一节 产品组合策略 第二节 产品市场生命周期与营销策略 第三节 新产品开发策略 第四节 品牌、包装和服务策略 案例与分析 复习思考题 实践活动第八章 定价策略 第一节 影响定价的因素 第二节 定价方法第九章 分销渠道策略第十章 促销策略第十一章 服务市场营销第十二章 网络营销与直复营销第十三章 国际市场营销附录 高级推销员理论知识考核鉴定要素细目表参考文献再版后记

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>