第一图书网, tushu007.com

<<市场营销>>

图书基本信息

书名：<<市场营销>>

13位ISBN编号：9787810889698

10位ISBN编号：7810889699

出版时间：2008-8

出版时间：西南财经大学出版社

作者：刘厚钧

页数：428

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

第一图书网, tushu007.com

<<市场营销>>

内容概要

根据高等职业教育培养高技能人才目标的要求，高等职业教育教材的编写要紧紧围绕培养目标来进行，要彻底将传统的普通高等教育学科型教材编写模式，转变为高等职业教育技能型教材编写模式。
教师不只把专业技能教材的编写作为一门学科去研究，更是要当作一种技能去培养。
以专业技能课的培养能力为导向，确立专业技能课的内容和形式，以及内容的难易程度，从根本上改变重知识、轻能力，重书本、轻技能，重课堂讲授、轻实践教学的弊端，突出高等职业教育职业性、实践性的特点，培养出有用之材，为实现学生“零距离上岗”打下良好基础。
《市场营销》正是在这种指导思想下编写而成的。
“市场营销”是一门实践性很强的应用型课程，是企业经营之道、生财之道。
因此，本课程在培养学生掌握基本的市场营销理论的基础上，重在培养学生运用营销理论开展营销活动的能力。
在内容的安排上，突出了“是什么”和“如何做”。
教材内容分为两部分：第一部分是营销基础理论。
本着够用的原则，安排为四章。
第二部分是营销实务。
本着突出专业技能的原则，安排为七章，以营销管理程序为主线，环环相扣，前后衔接，力求通俗易懂，言简意赅。

第一图书网, tushu007.com

<<市场营销>>

书籍目录

第一章　市场营销概述课前导读第一节　市场与市场营销第二节　市场营销管理的任务与程序第三节　市场营销管理哲学第四节　市场营销道德本章小结实训题第二章　市场营销战略课前导读第一节　市场营销战略概述第二节　市场营销战略的制定第三节　市场营销竞争战略分析本章小结实训题第三章　市场营销环境课前导读第一节　市场营销环境概述第二节　市场营销环境的内容第三节　市场营销环境分析与对策本章小结实训题第四章　市场分析课前导读第一节　消费者市场分析第二节　生产者市场分析第三节　中间商市场分析本章小结实训题第五章　市场细分与目标市场选择课前导读第一节　市场细分第二节　选择目标市场第三节　市场定位本章小结实训题第六章　市场营销组合课前导读第一节　市场营销组合的概念与内容第二节　市场营销组合的特点与原则第三节　市场营销组合模式与约束条件本章小结实训题第七章　产品策略第八章　价格策略第九章　分销策略第十章　促销策略第十一章　市场管理过程参考文献附录

第一图书网, tushu007.com

<<市场营销>>

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