第一图书网, tushu007.com

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787811359596

10位ISBN编号：7811359596

出版时间：2011-8

出版时间：暨南大学出版社

作者：陈苡，史豪慧　主编

页数：228

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

内容概要

陈苡、史豪慧主编的《市场营销学》在内容体系上较以往同类教材有所调整，充分考虑了教学的需要和实际教学过程中学生学习的需要。
本教材共分为八个项目，从学生最需要了解的角度对市场营销的内容作了介绍。

本教材按照最新的高职高专教材编写要求，将市场营销理论内容按照项目、任务的模式进行整合，每一项目下设几个任务，通过这些任务的学习和实施，学生就可以掌握基本的市场营销知识。
案例丰富，借鉴性强。
从实战性案例升华到理论，由理论指导实践操作。
这有助于解释、阐述原理，也有助于提高学生分析问题和解决问题的能力，起到抛砖引玉的作用。

本教材作为理论课教材，也可以作为实训课指导书，还可以作为企业营销人员的实务操作培训教材及参考书。

第一图书网, tushu007.com

<<市场营销学>>

书籍目录

总序
前言
项目一 营销初探
任务1—1 了解市场营销
任务1—2 认识营销观念
任务1—3 明确营销的基本理论与任务
项目二 进行营销调研，分析营销环境
任务2—1 分析营销环境
任务2—2 制定营销调研任务
任务2—3 SWOT分析
项目三 分析购买行为，认识顾客
任务3—1 认识消费者购买行为和动机
任务3—2 认识生产者购买行为和动机
任务3—3 理解顾客价值
项目四 分析市场机会，制定目标市场策略
任务4—1 掌握市场细分，把握市场机会
任务4—2 制定目标市场营销策略
任务4—3 制定市场定位策略
项目五 制定产品策略
任务5—1 分析产品整体概念
任务5—2 制定产品组合策略
任务5—3 确定产品生命周期
任务5—4 制定新产品开发策略
任务5—5 制定产品品牌策略
任务5—6 制定产品包装策略
项目六 制定价格策略
任务6—1 了解影响企业定价的因素
任务6—2 选择适合企业的定价方法
任务6—3 制定企业定价的基本策略
任务6—4 制定价格调整策略
项目七 制定渠道策略
任务7—1 理解分销渠道的概念及功能
任务7—2 认识中间商
任务7—3 设计、选择与管理分销渠道
项目八 制定促销策略
任务8—1 认识促销与促销组合
任务8—2 制定广告策略
任务8—3 制定公共关系策略
任务8—4 制定营业推广策略
任务8—5 制定人员推销策略
任务8—6 制定整合营销传播策略

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