

《现代市场营销》

图书基本信息

书名：《现代市场营销》

13位ISBN编号：9787040365931

10位ISBN编号：7040365936

出版社：苏兰君、翁运春 高等教育出版社 (2013-01出版)

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《现代市场营销》

书籍目录

任务1 市场营销咨询工作的准备任务2 营销环境分析任务3 消费者市场及购买行为任务4 生产者市场及购买行为任务5 进行市场细分任务6 选择目标市场任务7 确定市场定位任务8 制定产品策略任务9 制定品牌与包装策略任务10 制定价格策略任务11 制定分销渠道策略任务12 人员推销任务13 开展公共关系任务14 进行广告宣传任务15 营业推广任务16 市场营销计划的制定、实施与控制参考文献

编辑推荐

《现代市场营销(第2版工作过程导向现代市场营销系列教材全国高职高专教育规划教材)》由苏兰君、翁运春主编,本次修订为了使教材更为精练、高效和实用,我们调整了本书第一版的第三章“商机的发掘与把握”和第十七章“营销战略”的内容;在教材正文及案例分析中更新或增加了一部分内容,使之更加贴近学生的日常生活。充实了课后的营销游戏中营销工作思维的训练内容,更换了一些实效性较小、不易操作的训练内容。本书设计了任务目标、任务分解、情境导入、任务小结、重点概念与技能、课后自测、案例分析、营销游戏、模拟演练、学生自我总结等栏目,形成了相对完整的市场营销课程内容与操作训练体系,回归到培养学生营销综合职业能力的高职教育本位,突出强调学生学习的参与性、实践性与主动性,体现了教材定位、规划、设计与编写等方面的教学改革示范性,适合高职高专院校市场营销专业及经济管理类相关专业选用。

《现代市场营销》

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:www.tushu000.com