

# 《中国市场营销经理资格证书考试教材（）》

## 图书基本信息

书名：《中国市场营销经理资格证书考试教材（下册）》

13位ISBN编号：9787121017131

10位ISBN编号：712101713X

出版时间：2005-09-01

出版社：电子工业出版社

作者：梅清豪

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](http://www.tushu000.com)

# 《中国市场营销经理资格证书考试教材（）》

## 内容概要

《中国市场营销经理资格证书考试教材》是专为市场营销经理量身定制的培训和考试教材，分为上、下两册，本书为下册，附有《中国市场营销经理资格证书考试大纲》。全书共分为五个部分。第一部分是关于如何制订公司的市场营销战略和计划，以及各种对公司市场营销战略计划的实施过程进行控制的方法，包括第1章和第2章；第二部分介绍市场调研与市场预测的方法，包含第3章和第4章的内容；第三部分阐述公司服务营销管理的主要方法，包括第5章和第6章的内容；第四部分介绍公司物流与配送管理的原理与方法，包括第7章和第8章的内容；第五部分

## 书籍目录

### 第1章 营销计划的制订过程

#### 1.1 营销计划概述

##### 1.1.1 制订营销计划的由来

##### 1.1.2 营销计划的定义

##### 1.1.3 营销计划书的内容

#### 1.2 制订营销计划的准备工作

##### 1.2.1 市场环境分析与营销计划的连接

##### 1.2.2 内部环境分析与营销计划的连接

##### 1.2.3 外部环境分析与营销计划的连接

#### 1.3 规划市场营销活动

#### 1.4 营销计划的制订

##### 1.4.1 准备营销计划

##### 1.4.2 明确各项基本营销工具

##### 1.4.3 营销计划的指导原则

##### 1.4.4 制订营销计划目标

##### 1.4.5 连接战略、总体目标、具体目标、战术和程序

##### 1.4.6 营销

# 《中国市场营销经理资格证书考试教材（）》

## 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](http://www.tushu000.com)