

《市场营销实务》

图书基本信息

书名：《市场营销实务》

13位ISBN编号：9787111337898

10位ISBN编号：7111337891

出版时间：2011-5

出版社：机械工业出版社

作者：李宇红 编

页数：242

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

《市场营销实务》

内容概要

《市场营销实务》打破了按照顺序平铺直叙设计内容的惯例，而是突出市场营销的实用性、操作性的特点，在理论与实践并举的同时，重在实践；将教、学、做有机整合，强调在做中学。通过设计的训练任务，提高理论应用于实践的技能。《市场营销实务》主要内容包括：现代市场营销理念、市场调查、市场营销环境、市场竞争战略、目标市场战略、产品策略、价格策略、分销渠道策略和促销策略。《市场营销实务》适用于普通高等院校（高职高专、应用性本科）、成人高校、民办高校及本科院校举办的二级职业技术学院市场工商管理、经济管理、市场营销等经管类专业，以及其他市场营销培训课程的的教学，同时也可以作为企业市场营销培训教材。

书籍目录

前言

第1章 现代市场营销理念

- 1.1 市场营销及其演进
- 1.2 顾客满意的方法与实践
- 1.3 市场营销发展趋势

【训练任务】树立现代市场营销意识

思考题

第2章 市场调查

- 2.1 市场调查概述
- 2.2 市场调查的方法及技术

【训练任务】制订企业调查方案

- 2.3 市场营销预测

思考题

第3章 市场营销环境

- 3.1 市场营销环境概述
- 3.2 宏观营销环境
- 3.3 市场营销微观环境
- 3.4 市场环境分析方法

【训练任务】用SWOT分析法分析企业环境

思考题

第4章 市场竞争战略

- 4.1 竞争观念
- 4.2 市场竞争分析
- 4.3 竞争战略
- 4.4 竞争策略

【训练任务】分析竞争对手，制订竞争战略

思考题

第5章 目标市场战略

- 5.1 目标市场营销
- 5.2 市场细分

【训练任务1】：确定企业的细分市场

- 5.3 选择目标市场

【训练任务2】：选择企业的目标市场

- 5.4 市场定位

【训练任务3】：设计制订企业的市场定位

思考题

第6章 产品策略

- 6.1 产品整体概念与产品组合

【训练任务1】：确定企业的产品组合策略

- 6.2 产品生命周期及其营销策略

【训练任务2】：确定与企业所处产品生命周期相应的策略

- 6.3 品牌与包装策略

【训练任务3】：制订企业的品牌策略和包装策略

思考题

第7章 价格策略

- 7.1 影响企业定价的因素

【训练任务1】：明确企业定价的主要目标

7.2企业定价的方法

【训练任务2】:了解不同类型产品的定价方法

7.3价格的调整策略

【训练任务3】:掌握企业定价的策略和方法

思考题

第8章 分销渠道策略

8.1分销渠道概述

8.2中间商

8.3分销渠道的策略

8.4分销渠道的管理

【训练任务】制订企业分销渠道策略

思考题

第9章 促销策略

9.1促销概述

9.2人员推销

9.3广告

9.4营业推广

9.5公共关系

【训练任务】制订企业促销方案

思考题

参考文献

《市场营销实务》

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