

《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：9787561840733

10位ISBN编号：756184073X

出版时间：2011-8

出版社：天津大学出版社

页数：208

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》根据高职教育的特点，系统地阐述了营销原理和营销实务。《市场营销实务》的主要内容包括：市场营销概述、市场营销环境、购买行为分析、目标市场营销策略、市场营销调研、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》可作为高等职业院校经济与管理类专业的教材或参考书，也可作为营销爱好者的日常读物。

书籍目录

第一章 市场营销概述

第一节 市场营销基础

第二节 市场营销观念

第三节 市场营销管理

思考题

技能训练

第二章 市场营销环境

第一节 市场营销环境的含义与特征

第二节 宏观营销环境与微观营销环境

第三节 市场营销环境分析

思考题

技能训练

第三章 购买行为分析

第一节 消费者市场与消费者行为模式

第二节 影响消费者购买行为的因素

第三节 消费者的购买决策

第四节 组织购买行为分析

第五节 生产者市场及购买行为分析

思考题

技能训练

第四章 目标市场营销策略

第一节 市场细分

第二节 目标市场选择策略

第三节 市场定位的策略与步骤

思考题

技能训练

第五章 市场营销调研

第一节 市场营销调研概述

第二节 市场调研的程序和方法

第三节 市场调研技术

思考题

技能训练

第六章 产品策略

第一节 产品整体概念

第二节 产品组合策略

第三节 产品生命周期策略

第四节 品牌与包装策略

第五节 新产品开发

思考题

技能训练

第七章 价格策略

第一节 影响定价的因素

第二节 定价方法和定价策略

第三节 价格调整技巧

思考题

技能训练

第八章 分销渠道策略

第一节 分销渠道的模式及类型

第二节 分销渠道的选择

第三节 分销渠道的管理

思考题

技能训练

第九章 促销策略

第一节 促销与促销组合

第二节 人员推销

第三节 广告策略

第四节 营业推广

第五节 公共关系

思考题

技能训练

参考文献

《市场营销实务》

编辑推荐

随着市场竞争的日益加剧，市场营销活动越来越受到关注和重视，企业迫切需要大批既懂得营销理论，又掌握营销技能的专业人才。为了帮助高职高专院校学生掌握市场营销的基础知识，培养市场营销的一些基本技能，李海华、刘扬编写了这本《市场营销实务》教材。本教材的编写主要依据生产经营第一线的营销职业岗位（群）对营销知识和技能的要求，根据高等职业教育的特点，以培养全面素质为基础、以能力为本位、以就业为导向的指导思想，较系统地阐述了市场营销的基本知识和基本策略。

《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