

《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：9787565407871

10位ISBN编号：7565407879

出版时间：2012-5

出版社：东北财经大学出版社

页数：246

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，ISBN：9787565407871，作者：肖开宁 主编

《市场营销实务》

书籍目录

模块1 了解市场营销任务1 什么是市场营销任务1 什么是市场营销1.1 什么是市场和市场营销1.2 市场营销观念的发展1.3 关于营销的一些基本概念1.4 营销要素与市场营销组合1.5 市场营销面临的新挑战模块2 扫描营销环境任务2 市场营销环境分析2.1 市场营销环境概述2.2 宏观环境分析2.3 微观环境分析2.4 环境分析与营销对策任务3 认识消费者3.1 消费者市场3.2 消费者购买行为3.3 组织市场3.4 组织市场购买行为任务4 市场营销调查的方法4.1 市场调查的概念4.2 市场调查的内容与方法4.3 市场调查的步骤4.4 市场调查问卷设计模块3 STP营销战略任务5 如何进行市场细分5.1 什么是市场细分5.2 市场细分的依据有哪些5.3 细分市场的程序和方法任务6 如何选择目标市场6.1 什么是目标市场6.2 选择和确定目标市场任务7 进行目标市场定位7.1 什么是目标市场定位7.2 如何进行目标市场定位模块4 营销组台策略任务8 产品策略8.1 产品与产品组合8.2 产品的市场生命周期8.3 新产品开发8.4 包装策略任务9 定价策略9.1 影响定价决策的因素9.2 企业常用的定价方法9.3 企业常用的定价策略9.4 价格竞争与价格调整任务10 渠道策略10.1 分销渠道概述10.2 分销渠道成员10.3 设计分销渠道10.4 管理分销渠道任务11 促销策略11.1 促销策略和促销组合11.2 广告策略11.3 营业推广策略11.4 公共关系策略11.5 人员推广和直接营销策略模块5 营销管理任务12 营销计划的监控与调整12.1 市场总是在不断地变化12.2 营销计划监控的内容12.3 如何监控营销计划模块6 新营销·新视野任务13 国际市场营销13.1 国际市场营销概述13.2 如何进入国际市场营销13.3 国际市场营销组合策略任务14 营销新理念14.1 精准营销14.2 体验营销14.3 互动营销14.4 病毒营销14.5 绿色营销

《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