

<<电信市场营销>>

图书基本信息

书名：<<电信市场营销>>

13位ISBN编号：9787115150530

10位ISBN编号：7115150532

出版时间：2006-10

出版时间：人民邮电

作者：李霓虹

页数：214

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：<http://www.tushu007.com>

<<电信市场营销>>

内容概要

本书较全面地介绍电信市场营销理论与实务。

全书共分11章，主要讲述市场营销基本概念、营销环境、购买行为、市场调查、目标市场营销、产品策略、价格策略、分销策略、促销策略、服务营销和市场营销管理等内容。

本书重视理论与实际相结合，通俗易懂，实用性强。

为便于学习，在每章结尾都附有思考题和电信企业营销案例分析。

本书是通信类高职高专营销、管理、通信技术等专业教学用书，也可以作为电信企业管理人员和电信企业从事营销工作人员的参考用书及培训用书。

<<电信市场营销>>

书籍目录

第1章 绪论	11.1 电信市场概述	11.1.1 电信市场的含义	11.1.2 电信市场的要素	21.1.3 电信市场的特点	31.2 电信市场营销职能	41.2.1 电信市场营销含义	41.2.2 市场营销的核心概念	51.2.3 电信市场营销的基本职能	61.3 电信市场营销观念	81.3.1 市场营销观念的演变	81.3.2 市场营销的新发展	11小结	20思考题与练习题	20案例分析	21第2章 电信市场营销环境	242.1 电信市场宏观环境	252.1.1 人口	252.1.2 经济	272.1.3 政治法律环境	282.1.4 自然环境	292.1.5 技术环境	292.1.6 社会文化环境	302.2 电信市场微观环境	302.2.1 企业	312.2.2 供应商	312.2.3 营销中介	322.2.4 消费者	332.2.5 公众	332.2.6 竞争者	332.3 营销环境中的机会与风险	362.3.1 企业营销活动与营销环境	362.3.2 机会与威胁	37小结	39思考题与练习题	40案例分析	40第3章 电信客户购买行为分析	443.1 电信居民客户购买行为分析	443.1.1 电信居民客户购买行为形成过程	453.1.2 电信产品购买者角色分析	483.1.3 电信居民客户购买行为的分析方法	483.1.4 电信居民客户购买行为的类型	493.1.5 影响居民客户购买行为的因素	503.1.6 电信居民客户购买决策过程	553.2 电信集团客户购买行为分析	573.2.1 电信集团客户需求与购买行为特点	573.2.2 电信集团客户购买行为的类型	583.2.3 影响电信集团客户购买行为的因素	593.2.4 电信集团客户购买决策	60小结	61思考题与练习题	61案例分析	62第4章 电信市场调查	634.1 电信市场调查的含义与作用	634.1.1 电信市场调查的含义	644.1.2 电信市场调查对电信企业的作用	644.2 电信市场调查的内容与类型	654.2.1 电信市场调查的主要内容	654.2.2 电信市场调查的类型	664.3 电信市场调查的步骤与方法	674.3.1 电信市场调查的步骤	674.3.2 市场调查的方法	694.3.3 市场调查的主要技术	70小结	73思考题与练习题	74案例分析	74第5章 电信目标市场营销	775.1 电信市场细分的概念与标准	775.1.1 市场细分是电信企业营销的基础	785.1.2 电信市场细分的概念和作用	785.1.3 电信市场的细分标准	805.1.4 电信市场细分的原则与程序	835.2 电信目标市场策略	855.2.1 电信目标市场的含义和条件	855.2.2 目标市场策略的类型	865.2.3 影响目标市场策略选择的因素	875.3 电信市场定位策略	885.3.1 电信市场定位的含义	885.3.2 电信市场定位的步骤	895.3.3 电信市场定位的策略	895.4 市场营销组合	905.4.1 市场营销组合的含义	905.4.2 市场营销组合的特点	915.4.3 大市场营销	91小结	92思考题与练习题	93案例分析	93第6章 电信产品策略	956.1 电信产品整体概念与电信产品组合	956.1.1 电信产品整体概念	966.1.2 电信产品组合策略	976.2 电信产品生命周期	986.2.1 电信产品生命周期及其各阶段特点	996.2.2 电信产品生命周期各阶段的营销策略	1006.3 电信品牌策略	1036.3.1 品牌的含义与作用	1036.3.2 电信品牌的类型	1056.3.3 电信品牌策略	1066.4 电信新产品的开发	1086.4.1 电信新产品的概念	1086.4.2 电信新产品开发的意义	1086.4.3 电信新产品开发的原则	1096.4.4 电信新产品开发的步骤	1106.4.5 电信新产品的采用过程	112小结	113思考题与练习题	114案例分析	115第7章 电信企业价格策略	1187.1 影响电信产品定价的因素	1187.1.1 成本因素	1197.1.2 需求因素	1207.1.3 竞争因素	1207.1.4 政策因素	1217.2 电信产品定价的方法	1227.2.1 成本导向定价法	1227.2.2 需求导向定价法	1247.2.3 竞争导向定价法	1267.3 电信产品定价的策略	1277.3.1 电信新产品定价策略	1287.3.2 心理定价策略	1287.3.3 折扣定价策略	1307.3.4 产品组合定价策略	1307.3.5 价格调整策略	131小结	133思考题与练习题	133案例分析	133第8章 电信分销渠道策略	1378.1 电信分销渠道的概念与类型	1378.1.1 电信分销渠道的概念	1388.1.2 电信分销渠道的类型	1398.2 电信企业分销渠道形式	1418.2.1 固定式分销渠道	1418.2.2 流动式分销渠道	1418.2.3 特许经营分销渠道	1418.2.4 代办式分销渠道	1418.3 电信分销渠道设计	1428.3.1 影响电信分销渠道选择的因素	1428.3.2 电信分销渠道选择的原则	1438.3.3 电信分销渠道选择策略	1448.3.4 电信分销渠道评估	1458.4 电信分销渠道管理	1468.4.1 协调渠道成员的利益冲突	1468.4.2 激励渠道成员	1498.4.3 评估渠道成员	150小结	152思考题与练习题	152案例分析	152第9章 电信企业促销策略	1549.1 促销与促销组合	1559.1.1 促销与促销的目的	1559.1.2 促销信息的有效沟通	1569.1.3 促销组合	1579.1.4 影响促销组合的因素	1589.2 电信企业人员推销	1599.2.1 电信企业人员推销的概念与特点	1609.2.2 电信企业推销人员	1609.2.3 人员推销的步骤	1629.3 广告	1639.3.1 广告及其目标	1639.3.2 广
--------	-------------	----------------	----------------	----------------	---------------	-----------------	------------------	--------------------	---------------	------------------	-----------------	------	-----------	--------	----------------	----------------	------------	------------	----------------	--------------	--------------	----------------	----------------	------------	-------------	--------------	-------------	------------	-------------	-------------------	---------------------	---------------	------	-----------	--------	------------------	--------------------	------------------------	---------------------	-------------------------	-----------------------	-----------------------	----------------------	--------------------	-------------------------	-----------------------	-------------------------	--------------------	------	-----------	--------	--------------	--------------------	-------------------	------------------------	--------------------	---------------------	-------------------	--------------------	-------------------	-----------------	-------------------	------	-----------	--------	----------------	--------------------	------------------------	----------------------	-------------------	----------------------	----------------	----------------------	-------------------	-----------------------	----------------	-------------------	-------------------	-------------------	--------------	-------------------	-------------------	---------------	------	-----------	--------	--------------	-----------------------	------------------	------------------	----------------	-------------------------	--------------------------	---------------	-------------------	------------------	-----------------	-----------------	-------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	-------	------------	---------	-----------------	--------------------	---------------	---------------	---------------	---------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	--------------------	-----------------	-----------------	-------------------	-----------------	-------	------------	---------	-----------------	---------------------	--------------------	--------------------	-------------------	------------------	------------------	-------------------	------------------	-----------------	------------------------	----------------------	---------------------	-------------------	-----------------	----------------------	-----------------	-----------------	-------	------------	---------	-----------------	----------------	-------------------	--------------------	---------------	--------------------	-----------------	-------------------------	-------------------	------------------	-----------	-----------------	------------

<<电信市场营销>>

告预算 1659.3.3 广告媒体 1659.4 公共关系 1689.4.1 公共关系的概念 1689.4.2 公共关系的实施步骤 1689.4.3 公共关系的主要方法 1719.5 营业推广策略 1729.5.1 营业推广的基本特征与类型 1729.5.2 营业推广的方法 173小结 174思考题与练习题 174案例分析 174第10章 服务市场营销 17810.1 服务营销概述 17810.1.1 服务营销理论的产生和发展 17810.1.2 服务和服务业 18110.1.3 服务的特征 18210.2 服务质量管理 18410.2.1 服务质量的内容 18410.2.2 服务质量的测定 18610.2.3 服务质量的管理 187小结 193思考题与练习题 193案例分析 193第11章 电信企业营销管理 19711.1 电信市场营销计划 19711.1.1 市场营销计划的类型 19811.1.2 市场营销计划的内容 19811.2 电信市场营销组织与计划的实施 20011.2.1 市场营销组织的演变 20011.2.2 市场营销部门的组织形式 20111.2.3 市场营销组织的设置 20311.2.4 市场营销计划的实施 20411.3 电信营销效果的评价 20611.3.1 营销控制 20611.3.2 效果评判 208小结 210思考题与练习题 211案例分析 211参考文献 214

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:<http://www.tushu007.com>