

<<市场营销实践教学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销实践教学>>

13位ISBN编号：9787115200334

10位ISBN编号：7115200335

出版时间：2009-12

出版时间：人民邮电出版社

作者：李宇红，周湘平 主编

页数：250

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>

<<市场营销实践教学>>

内容概要

本书是一本市场营销理论加项目实践的教材，突出教、学、做合一，强调在做中学。

本书依据对企业市场营销职能中的典型工作任务的分析描述，以企业实践活动程序及各环节操作规程为基础，打破一贯到底的单一叙述方式，从市场营销战略策划到方案制定和实施，采用项目引领、任务驱动、行动贯穿的模式编写，基于工作过程逐渐深入，设计开发了集综合项目、任务实践活动和知识模块有机融合的教材内容框架。

其中，每一个项目包含一个或多个任务，每一个任务又包含若干实践活动，在实践中寻找理论知识的指导和帮助。

任务之间、实践活动之间和知识点之间互相关联，具有实践性、操作性和灵活性等特点。

本书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营销专业等经管类专业以及其他专业市场营销课程的教学，可以作为社会市场营销从业人员的参考书，同时也可以作为企业市场营销培训教材。

<<市场营销实践教学教程>>

书籍目录

开篇导读 导读1：认识和理解市场营销 导读2：树立顾客满意理念 导读3：解析市场营销发展形态
 开篇训练：开篇实践活动训练 项目一 设计市场营销战略 任务一 了解和预测市场 第一部分 任务学习引导
 1.1 市场营销调研的内容 1.2 市场营销调研的方法 1.3 市场营销调研的程序 1.4 市场营销调研问卷的设计 1.5 市场营销调研报告的撰写 第二部分 工作页
 实践活动1：确定调研内容 实践活动2：确定调查方法 实践活动3：设计调研问卷 实践活动4：撰写调研报告
 任务二 分析企业环境 第一部分 任务学习引导 2.1 市场营销环境 2.2 宏观环境分析 2.3 微观环境分析 2.4 SWOT分析法 2.5 市场竞争战略及策略
 第二部分 工作页 实践活动5：分析经济环境 实践活动6：分析行业竞争对手 实践活动7：分析企业经营条件
 实践活动8：运用SWOT矩阵撰写企业分析报告 任务三 发现与满足目标顾客需求 第一部分 任务学习引导
 3.1 顾客和目标顾客 3.2 市场和目标市场 3.3 目标市场营销 3.4 市场细分 3.5 选择目标市场 3.6 目标市场定位 第二部分 工作页
 实践活动9：确定企业的细分市场 实践活动10：选择企业的目标市场 实践活动11：设计制定企业的市场定位
 项目二 制定市场营销方案 任务四 制定产品方案 第一部分 任务学习引导 4.1 产品及其生命周期 4.2 产品组合 4.3 产品品牌 4.4 产品包装 4.5 新产品开发和创新构思
 第二部分 工作页 实践活动12：制定产品寿命策略 实践活动13：设计企业产品组合方案 实践活动14：创意产品品牌和包装 实践活动15：构思企业新产品
 任务五 制定价格方案 第一部分 任务学习引导 5.1 影响产品定价的因素 5.2 产品定价的一般方法 5.3 产品定价的基本策略 5.4 产品促销定价技巧 5.5 产品定价的误区和风险
 5.6 价格变动反应及价格调整 第二部分 工作页 实践活动16：制定产品价格 实践活动17：练习定价技巧 实践活动18：避免走进定价误区和回避定价风险
 任务六 制定渠道方案项目三 让顾客满意营销综合实践 参考文献

<<市场营销实践教学>>

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>