

<<市场营销>>

图书基本信息

书名：<<市场营销>>

13位ISBN编号：9787121093173

10位ISBN编号：7121093170

出版时间：2009-8

出版时间：伯罗(Burrow.J)、中国市场营销课程标准开发中心 电子工业出版社 (2009-08出版)

作者：伯罗 (Burrow.J) 著

页数：85

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>>

内容概要

为落实教育部“以能力和职业发展为导向”的人才培养要求，推动高校营销实践课程体系与内容改革，《市场营销：学生活动手册（第3版）》为中国市场营销课程标准开发中心组编的《市场营销》教材配套学生活动手册。

通过基本概念测试和丰富多样的主题活动，来培养学生营销信息管理、分销渠道管理、定价、产品和服务管理、促销、销售、营销计划等营销核心能力，增强和促进学生团队协作、主动创新的职业素养及就业竞争力。

<<市场营销>>

作者简介

作者：(英国) 伯罗(Burrow.J) 编者：中国市场营销课程标准开发中心

<<市场营销>>

书籍目录

1.1 什么是营销1.2 现代营销理念和营销变革1.3 各种营销角色及其转换1.4 供求规律与市场营销策略2.1 市场分析的重要性2.2 收集、处理市场信息2.3 实施市场调研2.4 收集主要数据的方法3.1 顾客购买行为分析3.2 消费者购买决策4.1 聚焦细分市场4.2 为获得竞争优势而定位4.3 在细分市场中竞争4.4 了解竞争5.1 营销战略5.2 营销计划6.1 有一种产品开始6.2 产品组合要素6.3 消费者产品和企业产品6.4 新产品开发7.1 价格决策经济学7.2 制定定价的程序7.3 以市场为导向定价8.1 市场分销8.2 整合分销渠道8.3 管理批发中间环节8.4 零售到达消费者8.5 实体分销9.1 市场促销9.2 促销的类型9.3 整合促销计划10.1 管理的职能10.2 实施营销计划10.3 营销管理者的工作

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>