

<<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：9787121117435

10位ISBN编号：7121117436

出版时间：2010-7

出版时间：电子工业出版社

作者：符莎莉 主编

页数：274

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>

<<市场营销实务>>

前言

作为现代市场经济活动中最重要的词汇之一，市场营销无处不在，无时不有。不仅工商企业将市场营销作为企业经营管理的重要工具与手段，国家、政府组织、各类营利组织和非营利组织甚至个人，也都运用市场营销的某些工具与策略进行营销。

什么是市场营销？

怎么开展市场营销？

如何运用市场营销的各种策略？

这是任何一个市场营销的入门者、学习者、探索者必须认真思考和面对的问题。

本教材以训练高职学生的营销职业能力和培养其营销职业素养为目的，从职业岗位要求出发，以职业能力和技能培养为核心，体现“以能力为本位”的思想，采用项目导向、任务驱动的教学模式重构教材体例，凸显高职教育特色。

1. 体例与内容上的创新性 通过解构市场营销岗位人才的工作内容及能力素质要求，由浅入深、逐次递进地重构了认识市场营销、寻找市场机会、确定目标市场、制订营销策略、实施营销组织管理五个营销活动模块。

每个模块根据工作流程或工作内容下设若干营销活动项目，每个项目根据工作内容下设若干任务。

为了更好地体现营销知识在实践中的运用，满足市场营销教学实践及教学内容延伸的需要，本教材配备了相应的技能训练及小案例。

此外，通过“项目总结”，提炼出内容要点与实务重点，形成基本的理论框架及操作核心技能，并借助“知识训练”更好地组织教学活动，启发学生思维，激发学习兴趣。

<<市场营销实务>>

内容概要

全书分5个模块共13个项目，主要内容包括：了解市场营销的概念与任务；洞悉新经济与市场营销新发展；市场调研；市场环境分析；消费者行为分析；市场细分与目标市场选择；市场定位；制订产品策略；制订定价策略；制订渠道策略；设计促销策略；构建市场营销组织；市场营销执行与控制。为了便于学习，每个项目配有项目导入案例，任务中配有相应的技能训练，项目后附有项目总结（其中包括知识回顾、知识训练和综合实训）。

本书不仅可供高职高专及成人高等院校市场营销专业、工商管理专业及相关专业学生使用，还可供企业管理人员和营销人员参考使用。

作者简介

符莎莉，广州科技贸易职业学院副教授、副院长，研究专长为品牌管理、营销管理：担任广东省高职高专工商管理类专业教学指导委员会委员，广东省营销学会理事，广东省消费经济学会会员，广州市青年联合会第十一届委员会委员；主持市级精品课程1门，撰写教学与科研论文20多篇，参与及主持省（市）课题、企业横向课题8项；编写相关高等职业教育教材5种，其中《网络营销》被评为普通高等教育“十一五”国家级规划教材。

<<市场营销实务>>

书籍目录

模块一 认识市场营销项目1 了解市场营销的概念与任务 项目目标 项目导入 项目实施 任务1-1 理解市场营销 技能训练1-1 校园营销系统分析 任务1-2 明确市场营销的任务 技能训练1-2 分析校园市场需求 项目总结 知识回顾 知识训练 综合实训项目2 洞悉新经济下市场营销新发展 项目目标 项目导入 项目实施 任务2-1 洞悉新经济的主要驱动力 技能训练2-1 对VANCL(凡客诚品与传统专卖店的比较分析) 任务2-2 把握新经济下市场营销活动的新发展 技能训练2-2 整合营销工具的运用 项目总结 知识回顾 知识训练 综合实训 模块二 寻找市场机会项目3 市场调研 项目目标 项目导入 项目实施 任务3-1 认识市场营销调研 技能训练3-1 撰写调研方案 任务3-2 掌握市场调研方法 技能训练3-2 搜集二手资料 技能训练3-3 询问法在餐饮企业经营过程中的应用 任务3-3 运用市场营销调研技术 技能训练3-4 设计调查问卷 项目总结 知识回顾 知识训练 综合实训项目4 市场环境分析 项目目标 项目导入 项目实施 任务4-1 市场营销环境分析 技能训练4-1 分析空调企业营销环境 任务4-2 研判宏观市场营销环境 技能训练4-2 分析饮水杯生产企业的宏观环境 任务4-3 研判微观市场营销环境 技能训练4-3 分析果汁饮料企业的竞争者 任务4-4 运用SWOT分析法 技能训练4-4 移动通信企业SWOT分析 项目总结 知识回顾 知识训练 综合实训项目5 消费者行为分析 项目目标 项目导入 项目实施 任务5-1 辨识消费者购买动机和购买行为的类型 技能训练5-1 辨识购房者购买动机和购买行为的类型 任务5-2 掌握消费者购买行为模式 技能训练5-2 掌握家庭旅游者的购买行为模式 任务5-3 了解消费者购买过程 技能训练5-3 了解五星级酒店消费者的购买决策过程 任务5-4 分析影响消费者购买行为的因素 项目总结 知识回顾 知识训练 综合实训 98 模块三 确定目标市场项目6 市场细分与目标市场选择 项目目标 项目导入 项目实施 任务6-1 掌握市场细分 技能训练6-1 设计市场细分表 技能训练6-2 制订市场细分方案 任务6-2 目标市场选择 技能训练6-3 撰写目标市场选择报告 项目总结 知识回顾 知识训练 综合实训项目7 市场定位 项目目标 项目导入 项目实施 任务7-1 掌握市场定位的作用、步骤及原则 技能训练7-1 了解产品定位的步骤 任务7-2 确立市场定位的方法 技能训练7-2 对不同品牌牛仔裤进行产品定位分析 任务7-3 选择目标市场定位的策略 技能训练7-3 分析市场定位方案 项目总结 知识回顾 知识训练 综合实训 模块四 制订营销策略项目8 制订产品策略 项目目标 项目导入 项目实施 任务8-1 确定产品规划 技能训练8-1 分析新产品规划 任务8-2 掌握产品生命周期策略 技能训练8-2 根据产品的生命周期制订营销策略 任务8-3 制订产品组合策略 任务8-4 制订新产品开发策略 任务8-5 制订产品品牌与包装策略 技能训练8-3 设计大学生求职服装的品牌设计方案 项目总结 知识回顾 知识训练 综合实训项目9 制订定价策略 项目目标 项目导入 项目实施 任务9-1 掌握影响定价的主要因素 技能训练9-1 定价影响因素分析 任务9-2 选择定价方法 技能训练9-2 制订产品基本价格 任务9-3 制订定价策略 技能训练9-3 制订定价方案 项目总结 知识回顾 知识训练 综合实训项目10 制订渠道策略 项目目标 项目导入 项目实施 任务10-1 掌握分销渠道的基本模式 技能训练10-1 分析营销渠道模式 任务10-2 认识中间商的功能与种类 技能训练10-2 分析中间商 任务10-3 设计与管理分销渠道 技能训练10-3 管理分销渠道 项目总结 知识回顾 知识训练 综合实训项目11 设计促销策略 项目目标 项目导入 项目实施 任务11-1 掌握促销与促销组合策略 任务11-2 人员推销策划 技能训练11-1 实施人员推销 任务11-3 广告策划 技能训练11-2 制订广告方案 任务11-4 营业推广策划 技能训练11-3 设计营业推广方案 任务11-5 公共关系策划 技能训练11-4 策划公关活动 项目总结 知识回顾 知识训练 综合实训 模块五 实施营销组织管理项目12 构建市场营销组织 项目目标 项目导入 项目实施 任务12-1 认识市场营销组织 任务12-2 建立市场营销组织 技能训练12-1 建立营销组织机构 项目总结 知识回顾 知识训练 综合实训项目13 市场营销执行与控制 项目目标 项目导入 项目实施 任务13-1 市场营销执行 任务13-2 市场营销控制 技能训练13-1 不同分销渠道赢利能力分析 项目总结 知识回顾 知识训练 综合实训 参考文献

章节摘录

4) 关系营销的形态 关系营销是在人与人之间的交往过程中实现的, 而人与人之间的关系绚丽多彩而又复杂, 归纳起来大体有以下几种形态。

(1) 亲缘关系营销形态。

指依靠家庭血缘关系维系的市场营销, 如以父子、兄弟姐妹等亲缘为基础进行的营销活动。

这种关系营销的各关系方关系稳定, 时间长久, 利益关系容易协调, 但应用范围有一定的局限性。

(2) 地缘关系营销形态。

指以公司(企业)营销人员所处地域空间为界维系的营销活动, 如利用同省同县的老乡关系或同一地区企业关系进行的营销活动。

这种关系营销在经济不发达, 交通、通信落后, 以及物流、商流、信息流不畅的地区作用较大。

(3) 业缘关系营销形态。

指以同一职业或同一行业之间的关系为基础进行的营销活动, 如同事、同行、同学之间的关系, 由于接受相同的文化熏陶, 彼此具有相同的志趣, 在感情上容易紧密结合为一个“整体”, 可以在较长时间内相互帮助, 相互协作。

<<市场营销实务>>

编辑推荐

教材特点 工学结合——以学生为行为主体，按工作流程精心设计营销活动项目 校企联手——企业一线专家亲力亲为，将真实的营销情境融入教学环境 资源丰富——教材配有电子教案、参考答案等教学资源，免费下载，方便教学 团队优秀——市场营销“工学结合”教学创新团队，倾力打造实用型精品教材

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>