

<<市场营销模拟实验教程>>

图书基本信息

书名：<<市场营销模拟实验教程>>

13位ISBN编号：9787121158278

10位ISBN编号：7121158272

出版时间：2012-3

出版时间：电子工业出版社

作者：马清梅

页数：153

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>

<<市场营销模拟实验教程>>

内容概要

本书根据实践教学要求，以培养学生综合能力为目的进行编写，适合各类高等学校经济管理类专业学生。

本书以市场营销活动的流程为主线，主要包括：市场营销模拟实验概述、企业市场营销环境分析、企业市场营销战略制定、企业产品策略制定、企业价格策略制定、企业分销渠道策略制定、企业促销策略的制定及市场营销管理活动的规划和实施。

<<市场营销模拟实验教程>>

书籍目录

项目1 市场营销模拟实验概述

任务1 认识市场营销模拟实验

- 1.市场营销模拟实验出现的背景和应用的的前景
- 2.实施市场营销模拟实验的价值

任务2 认识市场营销模拟软件

- 1.因纳特市场营销模拟平台功能的特点
- 2.因纳特市场营销模拟平台的操作思路

任务3 建立虚拟企业

- 1.设计企业组织结构,明确成员的职责
- 2.明确企业的经营目标和任务
- 3.学生实际操作

项目2 企业市场营销环境分析

任务1 市场营销环境理论知识

- 1.市场营销环境
- 2.市场营销调研
- 3.市场需求预测

任务2 市场营销信息开发

- 1.实验目的
- 2.实验过程
- 3.问题与思考

任务3 完成市场营销调研报告

- 1.实验目的
- 2.实验过程
- 3.问题与思考

任务4 市场需求的测量与预测

- 1.实验目的
- 2.实验过程
- 3.问题与思考

项目3 企业市场营销战略制定

任务1 市场营销战略理论知识

- 1.企业战略与战略规划
- 2.目标市场营销战略
- 3.竞争分析与竞争战略

任务2 企业市场营销市场选择战略的制定

- 1.实验目的
- 2.实验过程
- 3.问题与思考

任务3 企业市场营销竞争战略制定

- 1.实验目的
- 2.实验过程
- 3.问题与思考

项目4 企业产品策略制定

任务1 产品策略理论知识

- 1.产品整体概念
- 2.产品组合及相关概念

<<市场营销模拟实验教程>>

- 3.优化产品组合的分析
- 4.产品组合决策
- 5.新产品的概念及种类
- 6.品牌策略
- 7.包装决策

任务2 企业市场营销产品组合策略的制定与实施

- 1.实验目的
- 2.实验过程
- 3.相关指标说明
- 4.问题与思考

任务3 企业产品品牌策略的制定与实施

- 1.实验目的
- 2.实验过程
- 3.问题与思考

任务4 企业包装设计与策略选择

- 1.实验目的
- 2.实验过程
- 3.相关指标说明
- 4.问题与思考

项目5 企业价格策略制定

任务1 价格策略理论知识

- 1.企业价格的制定
- 2.影响定价的因素
- 3.定价策略

任务2 企业产品定价策略

- 1.实验目的
- 2.实验过程
- 3.问题与思考

项目6 企业分销渠道策略制定

任务1 分销渠道策略理论知识

- 1.分销渠道概述
- 2.分销渠道设计
- 3.分销渠道管理

任务2 市场开拓

- 1.实验目的
- 2.实验过程
- 3.相关指标说明
- 4.问题与思考

任务3 企业分销渠道的选择与管理

- 1.实验目的
- 2.实验过程
- 3.相关指标说明
- 4.问题与思考

任务4 企业招投标管理与自由交易市场管理

- 1.实验目的
- 2.实验过程

<<市场营销模拟实验教程>>

3.相关指标说明

4.问题与思考

项目7 企业促销策略的制定

任务1 促销策略理论知识

1.促销与促销组合

2.广告策略

3.营业推广策略

任务2 企业产品广告设计与实施

1.实验目的

2.实验过程

3.相关指标说明

4.问题与思考

任务3 企业产品营业推广设计与实施

1.实验目的

2.实验过程

3.问题与思考

项目8 市场营销管理活动的规划和实施

任务1 市场营销管理活动规划和实施知识

1.市场营销组织

2.市场营销管理活动规划

3.市场营销规划的实施

4.市场营销控制

任务2 完成市场营销管理活动的规划和实施

1.实验目的

2.实验过程

3.问题与思考

参考文献

<<市场营销模拟实验教程>>

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>