

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787302292876

10位ISBN编号：7302292876

出版时间：2012-8

出版时间：清华大学出版社

作者：刘锦秀 编

页数：355

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>

<<市场营销学>>

内容概要

《普通高校“十二五”规划教材·工商管理系列：市场营销学》按照高职高专与应用型本科人才培养模式的要求，将市场营销理论以项目和工作任务的方式进行设计编写，突出培养学生的市场营销技能，使学生工作能力具备可持续发展性。

《普通高校“十二五”规划教材·工商管理系列：市场营销学》包括11个项目，每个项目都以任务驱动的方式完成，11个项目包括认识市场营销学、企业营销战略、市场营销管理、市场营销环境调研与预测、市场购买行为分析、目标市场策略分析、产品策略及其应用、渠道策略及其应用、价格策略及应用、促销策略及应用和整合营销等。

全书均以任务引入、知识链接的形式进行编写，其中穿插阅读材料等内容，每个项目后均有项目小结、思考与练习、案例分析和实训等，重点培养学生的思考、策划、执行能力，提高学生对实际工作技能的掌握。

《普通高校“十二五”规划教材·工商管理系列：市场营销学》适合作为高职高专与应用型本科院校经济管理类相关专业学生的教材，也可作为企业营销人员和管理人员的学习培训教材。

<<市场营销学>>

书籍目录

项目一 认识市场营销学任务一 了解市场营销学的概念知识任务引入三个业务员寻找市场知识链接任务二 了解市场营销学的产生和发展任务引入宝洁公司和一次性尿布知识链接任务三 了解市场营销观念的几个阶段任务引入老牌子遇到新问题知识链接[项目小结][思考与练习]案例分析[实训]知识链接任务二 了解企业营销战略体系任务引入移动通信市场竞争战略思考知识链接任务三 了解企业营销战略规划任务引入格兰仕的战略演变知识链接[项目小结][思考与练习]案例分析[实训]项目三 市场营销管理任务一 了解市场营销管理任务引入市场营销计划书知识链接任务二 掌握现代市场营销管理控制任务引入直接控制终端的好处知识链接任务三 熟悉市场营销组织的特点及演变任务引入市场营销部的组织结构知识链接[项目小结][思考与练习]案例分析[实训]项目四 市场营销环境调研与预测任务一 了解市场营销环境任务引入奇瑞的市场营销环境分析知识链接任务二 市场营销环境调研与预测任务引入kfc的跟进选址策略知识链接任务三 营销环境分析与企业对策任务引入海尔的swot分析知识链接[项目小结][思考与练习]案例分析[实训]项目五 市场购买行为分析任务一 消费者市场购买行为分析任务引入手机制造商知识链接任务二 生产者市场购买行为分析任务引入同仁堂的采购法知识链接任务三 中间商市场、非营利组织、政府市场购买行为分析任务引入为什么会在中间商市场推销失败知识链接[项目小结][思考与练习]案例分析[实训]项目六 目标市场策略分析任务一 了解市场细分任务引入麦当劳瞄准细分市场的需求知识链接任务二 目标市场选择任务引入海尔的目标市场策略知识链接任务三 目标市场定位策略任务引入王老吉的市场定位知识链接[项目小结][思考与练习]案例分析[实训]项目七 产品策略及其应用任务一 了解产品与产品组合任务引入上海“冠生园”的品牌之争知识链接任务二 了解产品生命周期策略任务引入产品策略差异与企业兴衰知识链接任务三 了解新产品开发策略任务引入日本canon公司对喷墨打印机的开发知识链接任务四 了解品牌与包装策略任务引入从“今日”到“乐百氏”知识链接[项目小结][思考与练习]案例分析[实训]项目八 渠道策略及其应用任务一 理解分销渠道任务引入渠道为王——家电连锁业的国美时代知识链接任务二 掌握分销策略任务引入中石化的销售渠道知识链接任务三 了解分销系统与渠道管理任务引入春兰公司如何维系经销商知识链接[项目小结][思考与练习]案例分析[实训]项目九 价格策略及应用任务一 理解产品定价任务引入画布的故事知识链接任务二 制定产品价格任务引入别克凯越excelle轿车的价格策略知识链接任务三 了解价格调整策略任务引入低价不好销，高价反抢手知识链接[项目小结][思考与练习]案例分析[实训]项目十 促销策略及应用任务一 了解促销与促销组合任务引入伊利集团开发市场的促销策略知识链接任务二 了解广告策略的内容任务引入一次失败的广告策划——某明星所做的盖中盖广告知识链接任务三 了解人员推销的内容任务引入雅芳公司的访问推销法知识链接任务四 了解营业推广的内容任务引入宝洁的营业推广策略知识链接任务五 了解公共关系的内容任务引入康师傅水源门危机知识链接[项目小结][思考与练习]案例分析[实训]项目十一 整合营销任务一 了解整合营销任务引入蒙牛酸酸乳：整合营销“超女”商业价值知识链接任务二 掌握整合营销策划与执行任务引入dhc的整合营销知识链接[项目小结][思考与练习]案例分析[实训]参考文献

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>