

<<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：9787303121564

10位ISBN编号：7303121560

出版时间：2011-4

出版时间：北京师范大学出版社

作者：张学琴 编

页数：233

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>>

内容概要

《市场营销实务》由张学琴主编，以企业的市场营销活动过程为研究对象，主要内容包括营销职业认知与营销基本理论、市场调研、营销环境分析、消费行为与消费需求分析、目标市场选择与市场定位，产品与服务策略、价格策略、营销渠道策略、促销策略、营销管理10个项目；主要技能训练包括组建营销团队并展示、营销策略调研、编写调研计划、撰写营销策略分析报告、陈述答辩、精品商品推介、销售沟通技巧等内容。

本书旨在培养学生树立以客户需求为中心的营销理念，形成科学系统的营销思维模式。

<<市场营销实务>>

书籍目录

- 项目1 营销职业认知
 - 任务1 了解市场营销活动及核心理念
 - 任务2 掌握营销基本理论
 - 实训：组建营销团队并展示
- 项目2 市场营销调研——寻找商机
 - 任务1 编制营销调研方案
 - 任务2 问卷设计与信息采集
 - 任务3 信息整理分析
 - 任务4 撰写调研报告
 - 实训：撰写调研报告并陈述答辩
- 项目3 营销环境与企业战略分析——把握趋势
 - 任务1 分析营销环境
 - 任务2 市场机会和威胁分析
 - 任务3 企业战略规划分析
 - 实训：分析讨论“海尔集团的经营战略转型”
- 项目4 消费者行为与消费者需求分析
 - 任务1 消费者行为分析
 - 任务2 消费者需求分析
 - 任务3 不同市场消费者行为分析
 - 实训：借助选购、赠送礼物感受消费者心理活动过程
- 项目5 目标市场选择与市场定位——突出特色树立形象
 - 任务1 市场细分
 - 任务2 选择目标市场
 - 任务3 市场定位
 - 实训：联系某一商超，认识市场细分，描述其目标市场
- 项目6 产品和服务策略——企业竞争的基础
 - 任务1 分析产品市场寿命周期
 - 任务2 精品商品推介
 - 任务3 品牌解析
 - 任务4 用精细化服务营造顾客满意
 - 实训：分组演示精品商品推介
- 项目7 价格策略——实现多赢
 - 任务1 认知价格
 - 任务2 选择定价方法
 - 任务3 制定价格策略
 - 实训：案例分析讨论价格战
- 项目8 分销渠道策略——全方位拓展市场
 - 任务1 建立营销渠道网络
 - 任务2 控制营销渠道网络
 - 实训：描述某企业营销渠道的结构及优劣势
- 项目9 促销策略——信息的高效沟通
 - 任务1 认知促销组合
 - 任务2 广告策略应用
 - 任务3 营业推广与公共关系策划
 - 任务4 人员推销技巧应用

<<市场营销实务>>

实训：分析某超市节假日促销方案

项目10 营销管理——营销效果的有效保障

任务1 营销员素质的修炼

任务2 营销计划的制订

任务3 客户关系管理

任务4 营销创新

实训：年度营销计划的编制

综合实训一：企业营销实习

综合实训二：撰写某企业营销策略分析报告并陈述答辩

期末测试题

期末测试题参考答案

参考文献及参考网站

教学支持说明

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>