

<<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：9787305092619

10位ISBN编号：7305092614

出版时间：2012-1

出版时间：南京大学出版社

作者：唐麒

页数：259

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》根据高职高专财经类各专业的教学需要编写，是基于营销工作过程、以项目任务为主线的教学改革的一个积极探索，力求使学生掌握市场营销的基本策略和技巧。

《市场营销实务》以能力为本位，以应知、应会为切入点，理论知识够用、实用，将专业基础素质和专业技能进行结合，充分体现了教学做一体化的课程改革思想。

在编写过程中，立足于高等职业教育培养目标，遵循高等职业教育教学规律，在设计上注重新颖巧妙，如在每个学习任务中加入任务引入、知识拓展、相关知识、案例、阅读思考、实践活动等。

在内容的取舍和体系的构建上，突出体现了高等职业教育的特点。

《市场营销实务》可满足高职高专市场营销专业、财经类其他专业和其他相关学历层次的教学需要，也可作为企业培训用书；既方便教师讲授，也便于学生自主学习。

<<市场营销实务>>

书籍目录

学习情境一 营销观念与营销战略

项目一 树立现代营销观念

任务一 认识市场和市场营销

任务二 树立现代市场营销观念

任务三 理解顾客让渡价值与顾客满意理论

同步练习

项目二 科学的营销战略与营销管理

任务一 制定正确的营销战略

任务二 开展科学的营销管理

同步练习

学习情境二 市场分析与竞争战略

项目三 分析市场营销环境

任务一 认识市场营销环境

任务二 宏观营销环境分析

任务三 微观营销环境分析

同步练习

项目四 消费者与竞争者行为研究

任务一 消费者购买行为分析

任务二 产业市场购买行为分析

任务三 市场竞争分析

同步练习

项目五 实施市场调研与市场预测

任务一 实施市场调研

任务二 进行市场预测

同步练习

项目六 目标市场营销策略分析

任务一 市场细分

任务二 选择目标市场

任务三 市场定位

同步练习

学习情境三 市场营销组合策略

项目七 制定顾客导向的产品策略

任务一 制定整体产品策略

任务二 辨识产品生命周期及策略

任务三 选择新产品开发策略

任务四 制定品牌策略

任务五 制定包装策略

同步练习

项目八 选择合适共赢的价格策略

任务一 分析制定价格的影响因素

任务二 选择定价的方法

任务三 制定定价策略

同步练习

项目九 制定方便快捷的渠道策略

任务一 认识营销渠道模式

<<市场营销实务>>

任务二 分析营销渠道的影响因素

任务三 制定营销渠道的策略

同步练习

项目十 建立有效沟通的促销策略

任务一 分析促销组合及其影响因素

任务二 拟定促销组合方案

任务三 实施促销活动

任务四 评估促销效果

同步练习

学习情境四 市场营销创新理论与实践

项目十一 网络营销与策划

任务一 认识网络营销

任务二 网络营销的模式及策略

任务三 网络营销策划

同步练习

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>