

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787306042163

10位ISBN编号：7306042165

出版时间：2012-8

出版时间：中山大学出版社

作者：于雁翎，谭金凤，刘会福，等编

页数：267

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

《高职高专院校“十二五”规划教材：市场营销学》从高等职业院校市场营销学课程的教学要求和特点出发，本着“精讲多练，突出能力”的基本思路，以“理论够用，注重实践”为原则，对市场营销理论内容进行融合、优化和精练。

《高职高专院校“十二五”规划教材：市场营销学》以工作过程为导向，突出任务驱动，强化实训环节，注重学生实践能力的培养。

<<市场营销学>>

书籍目录

项目一 市场营销概述学习目标营销故事岗位任务与问题营销原理第一节 市场营销的基本概念和特点
第二节 市场营销观念及其演变发展第三节 市场营销新趋势课后习题项目二 市场分析学习目标营销故事
岗位任务与问题营销原理第一节 市场的概念、分类及模式第二节 消费者市场因素分析课后习题项目
三 市场营销环境分析学习目标营销故事岗位任务与问题营销原理第一节 市场营销环境的概念第二
节 市场营销环境的分析方法第三节 市场营销微观环境的构成要素及其对营销行为的影响第四节 市场
营销宏观环境的构成要素及其对营销行为的影响课后习题项目四 消费者行为分析学习目标营销故事岗
位任务与问题营销原理第一节 消费者市场需求特征第二节 消费者购买行为模式第三节 消费者购买决
策过程第四节 影响消费者购买行为的因素分析课后习题项目五 市场细分与定位学习目标营销故事岗
位任务与问题营销原理第一节 市场细分概述第二节 市场细分的原则与标准第三节 目标市场的概念、
评估、策略及其选择第四节 市场定位的概念、程序及其策略课后习题项目六 市场竞争策略学习目标
营销故事岗位任务与问题营销原理第一节 市场营销战略规划第二节 市场竞争策略第三节 营销组合策
略课后习题项目七 产品策略学习目标营销故事岗位任务与问题营销原理第一节 产品整体概念的内容
及意义第二节 产品的生命周期及营销策略第三节 新产品的含义及其开发程序第四节 品牌的含义、作
用和品牌策略第五节 包装的含义、作用、设计要求和包装策略课后习题项目八 定价策略学习目标营
销故事岗位任务与问题营销原理第一节 影响产品定价的因素第二节 产品定价的一般过程第三节 产品
定价的主要方法第四节 产品定价的常用策略第五节 实施、应对价格变动的策略课后习题项目九 分销
策略学习目标营销故事岗位任务与问题营销原理第一节 分销渠道的含义与作用第二节 分销渠道的类
型第三节 影响分销渠道设计的因素第四节 分销渠道设计第五节 分销渠道管理第六节 跨区分销企业
营运资金管理课后习题项目十 促销策略学习目标营销故事岗位任务与问题营销原理第一节 促销策略、
促销组合和促销预算第二节 广告策略第三节 人员推销策略第四节 营业推广策略第五节 公共关系策略
课后习题项目十一 市场营销组织、执行与控制学习目标营销故事岗位任务与问题营销原理第一节 市
场营销组织的含义第二节 决定市场营销组织的因素第三节 市场营销组织的形式第四节 市场营销执行
中的问题与处理第五节 市场营销执行过程第六节 市场营销控制课后习题参考文献

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>