

<<市场营销>>

图书基本信息

书名：<<市场营销>>

13位ISBN编号：9787503856204

10位ISBN编号：7503856203

出版时间：2009-9

出版时间：中国林业出版社

作者：闫彦

页数：162

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>>

内容概要

《市场营销》一书内容涉及市场营销概要；产品市场营销环境分析；目标市场；消费者的购买动机和购买行为；如何制定有效的市场营销战略；产品的开发和包装决策；商品定价策略；促销决策的形成与运用和分销渠道的构成与管理等内容。

本书可作为市场营销人员职业技能鉴定培训教材和自学用书。

<<市场营销>>

书籍目录

第一单元 市场营销概要 模块一 市场与市场营销 模块二 市场营销观念形成的几个阶段 模块三 市场竞争类型和市场营销活动第二单元 产品市场营销环境分析 模块一 市场营销环境的构成和意义 模块二 企业的内部环境 模块三 企业的外部环境构成第三单元 目标市场 模块一 市场细分概述 模块二 目标市场的选择及市场定位第四单元 消费者的购买动机和购买行为 模块一 消费者购买动机探析 模块二 消费者购买行为探析 模块三 消费者的购买决定程序探析 模块四 生产资料市场的购买行为探析第五单元 如何制定有效的市场营销战略 模块一 市场营销战略 模块二 市场竞争战略 模块三 市场发展战略 模块四 企业市场营销组合战略的制定第六单元 产品的开发和包装决策 模块一 产品概述 模块二 新产品的开发 模块三 品牌与包装决策第七单元 商品定价策略 模块一 决定商品价格的因素和定价目标 模块二 商品定价策略 模块三 常用定价方法简介第八单元 促销决策的形成与运用 模块一 人员推销的运用 模块二 广告的运用 模块三 公共关系的策划与运用 模块四 营业推广的运用 模块五 如何进行促销组合第九单元 分销渠道的构成与管理 模块一 分销渠道的构成模式 模块二 选择分销渠道

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>