

<<市场营销-理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<市场营销-理论与实务>>

13位ISBN编号：9787505857896

10位ISBN编号：7505857894

出版时间：2006-8

出版时间：经济科学

作者：李志荣

页数：213

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-理论与实务>>

内容概要

本教材理论体系和实践体系结合，相互补充，相互支撑是该教材的结构特色。在知识教学中强化学者能力和素质的教育是该教材的另一特点。这主要体现在各章设计上——将职业素质提高和实践能力培养作为教材的重要组成部分。教材中还有实践组织形式的设计，突出团队意识、表达能力、沟通能力等教育，体现了职业教育素质、知识、能力全面发展的教育理念。

本书全面系统地介绍了市场营销的理论和基本技能，内容包括营销环境分析与应用，市场营销调研与预测，购买者行为分析，目标市场选择，产品策略等。本书编者结合职业教育的要求和职业行为的分析研究，将原有理论进行筛选、组合，并将实践体系与理论体系形成有机的结合，使其在教学使用中共同发挥指导教学的作用。

<<市场营销-理论与实务>>

书籍目录

第一章 市场营销概述学习目标第一节 市场营销及其观念的演进第二节 市场营销学及其发展概述
第三节 营销人员基本素质与课程的学习方法本章小结思考与练习第二章 营销环境分析与应用学习
目标第一节 市场营销环境概述第二节 营销环境分析与对策本章小结思考与练习第三章 市场营销
调研与预测学习目标第一节 市场营销信息系统第二节 市场营销调研的内容和方法第三节 市场营
销预测本章小结思考与练习第四章 购买者行为分析学习目标第一节 消费者需求与动机第二节 消
费者购买行为分析第三节 组织购买行为分析本章小结思考与练习第五章 目标市场选择学习目标第
一节 市场细分第二节 目标市场选择第三节 市场定位本章小结思考与练习第六章 产品策略学习
目标第一节 产品与产品组合策略第二节 产品生命周期策略第三节 品牌策略第四节 包装及其策
略第五节 新产品开发与营销策略本章小结思考与练习第七章 定价策略与技能学习目标第一节 定
价及其因素分析第二节 定价目标与定价过程第三节 产品的定价策略本章小结思考与练习第八章
分销策略与技能学习目标第一节 分销渠道概述第二节 分销渠道的选择第三节 分销渠道的管理本
章小结思考与练习第九章 促销策略与技能学习目标第一节 广告促销策略第二节 人员推销第三节
营业推广第四节 公共关系营销本章小结思考与练习第十章 网络营销技能学习目标第一节 网络
营销概述第二节 网络营销策略技能第三节 网络营销服务本章小结思考与练习第十一章 国际市
场营销策略学习目标第一节 国际市场营销概述第二节 国际市场营销策略本章小结思考与练习市场
营销技能训练训练目标一、单项技能训练二、综合技能训练参考文献

<<市场营销-理论与实务>>

编辑推荐

《全国农业高职高专财经类规划教材：市场营销（理论与实务）》全面系统地介绍了市场营销的理论和基本技能，内容包括：营销环境分析与应用，市场营销调研与预测，购买者行为分析，目标市场选择，产品策略等。

《全国农业高职高专财经类规划教材：市场营销（理论与实务）》编者结合职业教育的要求和职业行为的分析研究，将原有理论进行筛选、组合，并将实践体系与理论体系形成有机的结合，使其在教学使用中共同发挥指导教学的作用。

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>