

<<市场营销原理与实务>>

图书基本信息

书名：<<市场营销原理与实务>>

13位ISBN编号：9787537835749

10位ISBN编号：7537835748

出版时间：2011-7

出版时间：北岳文艺出版社

作者：张振刚，郭锐 主编

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>

<<市场营销原理与实务>>

内容概要

随着我国市场经济发展的逐年深入，市场营销学作为一门对大量社会实践工作颇有指导性价值的课程，已在各类高校的不同专业中普遍开设，对该学科由感兴趣到日益看重的学习者也越来越多。

进而就出现了一个问题，那些非营销专业的学习者能找到的教材，其内容基本还都属于市场营销学的基础理论部分，多数都偏重于对市场环境中诸多因素的分析，而对现实中最为需要的具体营销事务，则往往简单带过。

如果是营销专业的学生，在这些理论常识之外，还可以通过对其他营销类课程的广泛学习，来弥补感性认识上的不足。

而对大量非营销专业的学生而言，他们接触到的营销课程往往只有这一门，且课时还不会太多，在这种教材的导向下，便无异于只是学到一些教条化概念，等回到其本专业工作当中，在遇到营销问题的时候，依旧要从头再来。

笔者也是在多年教学过程中，逐渐觉察到了这一问题的突出和严重性。

尽管可以在课堂上尽量补充些实用成分，但由于没有教材的辅助，知识便显得零碎、不成体系，最终仍难以收到理想效果。

由此看来，非营销专业的学习者实在是太需要一本简明务实的教科书了。

这样一本教科书。

应能结合我国国情，理论联系实际，以较好的可操作性建议指导现实中的典型营销工作。

不求高雅，只求实用；不求深奥，只求灵活。

压缩理论诠释，强化实战导向，让各类专业背景下对营销感兴趣的学习者。

在这里都能“一站购齐”。

总之一句话，要能让这些有着不同专业背景的学习者，在短时分内便练好足以出门“格斗”的拳脚，而不仅仅是纸上谈兵。

<<市场营销原理与实务>>

书籍目录

营销前期分析

- 第一章 市场营销概述
 - 第一节 市场营销的涵义
 - 第二节 营销思想的发展
 - 第三节 营销的研究方法及内容结构
- 第二章 市场机会分析
 - 第一节 营销环境分析
 - 第二节 消费者分析
 - 第三节 组织市场分析
 - 第四节 政府市场分析
- 第三章 市场调研
 - 第一节 市场调研的概念
 - 第二节 调研类型与方法
 - 第三节 问卷设计
 - 第四节 调查结果分析
- 第四章 营销及竞争战略
 - 第一节 营销战略概述
 - 第二节 业务分析及竞争战略规划
 - 第三节 营销组合的设计
 - 第四节 竞争者分析
 - 第五节 市场竞争战略

.....

- 实战营销策略
- 典型行业营销
- 参考文献

<<市场营销原理与实务>>

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>