

<<市场营销实训教程>>

图书基本信息

书名：<<市场营销实训教程>>

13位ISBN编号：9787560953953

10位ISBN编号：7560953956

出版时间：2009-6

出版时间：华中科技大学出版社

作者：吴炜，董杰 主编

页数：312

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>

<<市场营销实训教程>>

前言

市场营销学是一门以经济学、管理学和行为科学为基础的，从属于管理学的应用科学。由于我国是在没有真正地认识市场、认识营销和缺乏营销实践经验的基础上引进并开设这门课程的，因而一直没有在教学中很好地将营销理论与实践结合起来，使得本应注重理论应用的实践教学始终偏重于理论上的阐释。

如何将理论与实务相结合，是营销教育工作者不断探索的课题。

随着20世纪90年代后期我国高等职业技术教育的重新定位，开始重视并大力发展培养应用型、技能型高等职业技术人才的院校，使传统的高等职业教育中理论与实践严重脱节的问题得到了一定程度的解决。

为了研究和解决在高等职业院校内涵建设中专业课程开发与构建这一核心、重点和难点问题，寻求中国高等职业教育专业课程开发、课程体系建设的模式和解决方法，提升高职教材建设水平，满足我国高职教育新时期的发展需要，营销教育工作者都在积极努力探索实训类教材的编写。

我们结合多年的教学经验和实践经历，通过江西省高校教育教学改革课题《高职高专市场营销实训与教材配套建设研究》（课题编号：JXJG07-33-7）的研究，与教材建设相结合，产生了课题阶段性成果《市场营销实训教程》一书。

在本实训教材编写过程中，我们充分汲取市场营销类专业教学改革成果，按照以技能训练为主线、相关知识为支撑的思路进行编写。

从职业岗位分析着手，立足于培养学生动手能力，达到学以致用目的，在提示和回顾必要的基础理论的前提下，着重设计实训模块。

考虑到教学时间的限制，设计了课内实训（理论应用实训）和课外实训（动手能力训练）相结合的模式，并在每章的结尾安排了延伸阅读，这样安排是基于既培养学生的动手能力、分析问题能力，也培养学生的学习能力考虑，使本教材既可与市场营销学课程同步进行，也可单独开设实训课程，便于不同学校教学的灵活安排。

本教材由吴炜、董杰共同担任主编，由郭跃、陶晶、武丹和易娇艳担任副主编。

由吴炜设计教材体系，拟定编写大纲，并对全书进行了总撰。

具体编写分工如下：吴炜编写第一章，郭跃编写第二、十一章，武丹编写第三、四、五章，易娇艳编写第六、七、十二章，陶晶编写第八、九、十章。

<<市场营销实训教程>>

内容概要

本教材依据市场营销学的逻辑结构，在每章设计安排了理论回顾、实训和延伸阅读三个部分的内容，并且提供了推荐阅读。

作为实训教材，既可与市场营销学教材配套使用，也可单独使用。

全书注重理论联系实践，每章内容又分为理论和实训部分，充分体现“学做合一”的职业教育特色，特别适合作为高职高专工商管理类专业教材，也可作为企业营销培训的参考教材。

<<市场营销实训教程>>

书籍目录

第一章 市场营销导论 第一节 基本理论回顾 第二节 市场营销观念实训 第三节 延伸阅读第二章 市场营销环境 第一节 基本理论回顾 第二节 市场营销环境实训 第三节 延伸阅读第三章 市场调查与预测 第一节 基本理论回顾 第二节 市场调研实训 第三节 延伸阅读第四章 市场竞争分析 第一节 基本理论回顾 第二节 市场竞争分析实训 第三节 延伸阅读第五章 目标市场战略 第一节 基本理论回顾 第二节 目标市场营销实训 第三节 延伸阅读第六章 产品策略 第一节 基本理论回顾 第二节 产品策略实训 第三节 延伸阅读第七章 价格策略 第一节 基本理论回顾 第二节 价格策略实训 第三节 延伸阅读第八章 分销渠道策略 第一节 基本理论回顾 第二节 分销渠道策略实训 第三节 延伸阅读第九章 促销策略 第一节 基本理论回顾 第二节 促销策略实训 第三节 延伸阅读第十章 服务市场营销 第一节 基本理论回顾 第二节 服务市场营销实训 第三节 延伸阅读第十一章 网络营销 第一节 基本理论回顾 第二节 网络营销实训 第三节 延伸阅读第十二章 市场营销创新与控制 第一节 基本理论回顾 第二节 市场营销创新与控制实训 第三节 延伸阅读参考文献

<<市场营销实训教程>>

章节摘录

第一章 市场营销导论 第二节 市场营销观念实训 实训任务一 理论实训模块 (一) 观念应用训练 观念应用训练旨在运用营销观念解决或分析营销实践中的实际问题,培养学生发现问题、分析问题并运用相关理论解决问题的能力。

(1) 用绿色营销和社会营销的观念,解释空调为什么不采用氟利昂作为制冷剂,并且推崇采用变频技术、负离子技术和静音技术?

(2) 用服务营销的观念解释酒店、餐饮、歌厅等服务业为什么非常注重环境?为什么在这些行业的人才招聘时特别注重“以貌取人”?

(3) 索尼公司创始人盛田昭夫曾经宣称:它不是服务于市场,而是创造市场。请你根据这句话的内涵,说说营销者应该如何面对知识经济时代不断变化的市场需求?

(二) 思维能力训练 思维能力训练要求学生运用市场营销理论在典型事例中发现问题、分析问题,寻找解决问题的突破口,确立研究问题的方向,把问题目标转化为调研课题,形成简洁的书面调研报告。

(1) 收入提高后,人们现在最需要的是什么?

提示:每一个同学都可以根据自己的理解,提出自己的看法,但要用最简洁的语言表达出来。我们归纳这些想法,看看哪些是目前市场上还没有的,或者是目前市场上提供还不充分的。

(2) 手机现在很畅销,旅游鞋很畅销,“背背佳”(一种矫正脊柱弯曲的特殊用品)也很畅销,你能联想到还有什么商品可能会很畅销?

.....

<<市场营销实训教程>>

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>