

<<市场营销>>

图书基本信息

书名：<<市场营销>>

13位ISBN编号：9787562437840

10位ISBN编号：756243784X

出版时间：2006-8

出版时间：重庆大学出版社

作者：陈大军

页数：255

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

本书是高等职业教育园林类专业系列教材之一，是根据高等职业院校人才培养的目标和要求编写的。

内容包括市场与市场营销、市场营销环境分析、市场调研和预测、购买者行为分析、市场营销战略、市场细分与目标市场、产品策略、定价策略、分销渠道策略、促销策略、服务市场营销、网络营销、国际市场营销等。

本书具有内容新颖、全面，实践性强等特点。

本书配有电子教案，便于教师教学。

本教材除了作为高等职业技术学院非营销类专业的教科书以外，还可作为成人教育的培训教材，也可供相关企业的管理人员参考。

<<市场营销>>

书籍目录

1 市场与市场营销1.1 企业与市场1.2 市场营销1.3 市场营销管理1.4 市场营销经理2 市场营销环境分析2.1 企业宏观营销环境分析2.2 企业微观营销环境分析3 市场调研和预测3.1 市场信息3.2 市场营销调研3.3 市场预测4 购买者行为分析4.1 消费者市场4.2 组织市场5 市场营销战略5.1 竞争性市场营销战略5.2 不同市场地位的营销战略5.3 产品—市场战略5.4 市场营销战略的执行与控制6 市场细分与目标市场6.1 市场细分6.2 目标市场6.3 市场定位7 产品策略7.1 产品组合7.2 产品生命周期7.3 新产品开发7.4 品牌策略7.5 包装策略8 定价策略8.1 定价的步骤和方法8.2 定价策略8.3 价格管理9 分销渠道策略9.1 分销渠道9.2 中间商9.3 分销渠道管理9.4 物流管理10 促销策略10.1 促销与促销组合10.2 人员推销策略10.3 广告策略10.4 公共关系策略10.5 营业推广策略11 服务市场营销11.1 服务市场营销概述11.2 服务质量管理11.3 服务的有形展示11.4 服务定价、分销与促销12 网络营销12.1 网络营销概述12.2 网络营销的基本应用12.3 网络营销的基本策略13 国际市场营销13.1 国际贸易与国际市场营销13.2 大市场营销13.3 国际市场营销环境13.4 开发国际市场的方式13.5 国际市场营销策略参考文献

编辑推荐

本书是高等职业教育园林类专业系列教材之一，是根据高等职业院校人才培养的目标和要求编写的。

本书具有内容新颖、全面，实践性强等特点。

本书配有电子教案，便于教师教学。

本教材除了作为高等职业技术学院非营销类专业的教科书以外，还可作为成人教育的培训教材，也可供相关企业的管理人员参考。

<<市场营销>>

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>