

<<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：9787564308346

10位ISBN编号：7564308346

出版时间：2010-8

出版时间：西南交通大学出版社

作者：杨本芳

页数：223

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

本书主要依据生产经营第一线的营销职业岗位群体对营销知识和技能的需求，本着以培养学生的全面素质为基础，以能力为本位，以就业为导向的指导思想，从学生的实际出发，力求体现高等职业教育的特点。

本书共十一章，从营销概念、营销环境、市场分析、营销调研与预测、企业战略规划与市场竞争战略、市场细分、市场定位、营销组合策略、营销计划、组织和控制等方面较系统地阐述了市场营销的基本知识和基本策略。

在注重讲述理论的同时加强了对实践能力的培养，每章都配有大量的案例和实践操作环节。

<<市场营销理论与实务>>

书籍目录

第一章 市场营销概述 第一节 市场与市场营销 第二节 市场营销的相关概念 第三节 市场营销观念的演变和发展 第四节 市场营销需求管理的任务 本章小结 练习与思考第二章 市场营销环境分析 第一节 市场营销环境概述 第二节 市场营销微观环境分析 第三节 市场营销宏观环境分析 第四节 市场营销环境分析方法 本章小结 练习与思考第三章 市场分析 第一节 消费者市场与消费者行为模式 第二节 消费者购买决策过程 第三节 影响消费者购买的主要因素 第四节 组织市场分析 本章小结 练习与思考第四章 营销调研与预测 第一节 营销调研 第二节 市场营销预测 第三节 市场调研与市场预测的关系 本章小结 练习与思考第五章 企业战略规划与市场竞争战略 第一节 市场营销战略规划 第二节 竞争性市场营销战略 本章小结 练习与思考第六章 目标市场营销战略 第一节 市场细分策略 第二节 市场选择策略 第三节 市场定位策略 本章小结 练习与思考第七章 产品策略 第一节 产品的整体概念及产品组合 第二节 产品生命周期与营销对策 第三节 产品品牌决策 第四节 产品包装策略 第五节 新产品开发策略 本章小结 练习与思考第八章 价格策略 第一节 影响定价的因素 第二节 产品定价方法 第三节 产品定价策略 第四节 价格调整 本章小结 练习与思考第九章 分销策略 第一节 分销渠道概述 第二节 分销渠道的设计 第三节 批发与零售 本章小结 练习与思考第十章 促销策略 第一节 促销的本质与策略组合 第二节 人员推销策略 第三节 广告策略 第四节 公共关系 第五节 营业推广 本章小结 练习与思考第十一章 市场营销计划、组织与控制 第一节 市场营销管理概述 第二节 市场营销计划 第三节 市场营销组织 第四节 市场营销控制 本章小结 练习与思考参考文献

<<市场营销理论与实务>>

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>