

<<市场营销案例与实训教程>>

图书基本信息

书名：<<市场营销案例与实训教程>>

13位ISBN编号：9787564310417

10位ISBN编号：7564310413

出版时间：2011-2

出版时间：西南交通大学出版社

作者：姚金鑫，霍丽丽，李绍刚 编

页数：187

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>

<<市场营销案例与实训教程>>

内容概要

随着经济的飞速发展,全球经济一体化步伐的加快,具有较深的营销理论基础、较高创新能力,掌握营销实践技能的高素质人才已经炙手可热。在每年社会需求人才的统计排名中,市场营销人才的需求都名列前茅,然而市场营销专业的学生同时也面临着就业困难的尴尬局面。

这对高等院校市场营销人才的培养提出了更高的要求,要求高等院校必须改变以往《重理论》《轻实践》的做法,紧跟社会发展的步伐,加强实践教学环节,适应市场经济对市场营销专业人才的要求。基于这样的思考,我们组织编写了此书。

本书作者长期从事市场营销学教学和研究工作,对案例教学和营销实训有一定的思考和积淀。作者希望通过本书的出版,将案例及实训教研成果奉献给读者,以达到共享和交流的目的,为市场营销学的案例及实训的教学和研究尽微薄之力。

本书内容分为两部分,第一部分是案例篇,包括十九个市场营销案例;第二部分是实训篇,包括十六个典型营销实训。

本书内容新颖、思路创新、实用性强。

它即可作为应用型本科、大专学生的市场营销课程教材,也可作为高职高专、中职学校市场营销等商科专业的专业综合实训教材,还可作为企业营销人员的实务操作培训教材、参考书和工具书。

本书主要特点表现在以下几个方面: 第一,本书结构清晰,内容充实。

案例体系的结构设计与市场营销学的原理体系结构保持一致。

企业市场营销管理过程体现了市场营销战略和营销策略的板块结构,这是目前市场营销理论体系结构中普遍认同的。

同时书中的实训内容经过精心选择,能够满足学生从事市场营销工作的技能要求,旨在激发学生的兴趣提高学生的应用能力。

第二,案例经典新颖,具体生动,针对性强,具有前瞻性和启发性且涉及行业面广。

实训内容规范而灵活,贴近读者现状,有较强的实践操作性,具有《拿来即用》、《改了能用》、《易于套用》等特点,使读者耳目一新。

<<市场营销案例与实训教程>>

书籍目录

上篇 案例篇案例一 通用电气的全面营销案例二 柯达会被数码技术淘汰吗案例三 战略转型：IBM大象跳舞案例四 高速成长的国美电器：从家电行业的厂、商博弈看中间商的力量案例五 波音飞机：政府市场营销案例六 清扬洗水的市场细分与定位案例七 卓越网如何卓越案例八 招商银行创新战略：挑战者的竞争战略案例九 中石化润滑油走向何方案例十 新可乐为何昙花一现案例十一 苹果公司的产品创新案例十二 海南航空公司的低价策略案例十三 家乐福的定价策略案例十四 中国移动全球通品牌的联合促销案例十五 玫琳凯的内部营销之道案例十六 TCL集团开拓海外市场案例十七 7-Eleven便利店的网络营销战略案例十八 联想的客户关系营销及客户关系管理案例十九 商海沉浮—史玉柱：脑白金营销之路下篇 实训篇实训一 学生语言能力、表达能力的训练实训二 制订营销调研项目计划书实训三 问卷设计实训四 市场调研报告的撰写实训五 SWOT分析实训六 编制营销策划书实训七 市场定位实训八 新产品的开发管理实训九 定价方法实训十 营销渠道设计实训十一 营销渠道管理实训十二 调查收集广告媒体信息实训十三 推角色扮演实训十四 销售促进策划与设计实训十五 完整服务设计实训十六 服务质量差距模型参考文献

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>