

图书基本信息

书名：<<商业大类专业市场营销知识同步辅导与能力训练/中职专业课系列>>

13位ISBN编号：9787800976797

10位ISBN编号：7800976793

出版时间：2011-9

出版时间：中国大地出版社

作者：潘巧兰

页数：158

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>

内容概要

《中职专业课系列：商业大类专业市场营销知识同步辅导与能力训练》是根据中国商业出版社出版的《市场营销知识》内容编写的配套用书。

《中职专业课系列：商业大类专业市场营销知识同步辅导与能力训练》内容与《市场营销知识》课程教学进度同步，重点突出，难易适中，既可作为高职迎考第一轮复习用书，也可作为《市场营销知识》教学过程中的课后练习和综合复习用书。

书籍目录

第一章 市场营销概述第一节 市场营销概述第二节 市场营销观念第二章 市场营销环境分析第一节 市场营销环境概述第二节 宏观市场营销环境第三节 微观市场营销环境第四节 市场营销环境分析与对策第一、二章综合测试卷第三章 市场分析第一节 消费品市场分析第二节 生产资料市场分析第四章 市场调研与市场预测（考纲不作要求）第五章 市场细分与目标市场第一节 市场细分概念第二节 市场细分及有效市场细分条件第三节 目标市场战略第四节 市场定位第三、五章综合测试卷第六章 产品策略第一节 产品组合策略第二节 产品生命周期策略第三节 新产品开发与推广策略第四节 品牌策略第七章 定价策略第一节 定价原理第二节 定价策略与方法第三节 价格变动及对策第六、七章综合测试卷第八章 分销渠道策略第一节 分销渠道的类型及特点第二节 销售渠道的选择与调整第三节 商品销售的新形式第九章 促销策略第一节 促销组合第二节 人员推销第三节 广告第四节 其他促销策略第八、九章综合测试卷模拟测试卷模拟测试卷二模拟测试卷三模拟测试卷四参考答案

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>