

<<市场营销基础学习指导与练习>>

图书基本信息

书名：<<市场营销基础学习指导与练习>>

13位ISBN编号：9787040321302

10位ISBN编号：7040321300

出版时间：2011-6

出版时间：张润琴 高等教育出版社 (2011-06出版)

作者：张润琴 编

页数：121

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>

<<市场营销基础学习指导与练习>>

内容概要

《中等职业学校市场营销专业教学用书：市场营销基础学习指导与练习（第2版）》是与中等职业学校市场营销专业教育部职业教育与成人教育司推荐教材《市场营销基础》（第二版）配套的教辅用书。

《中等职业学校市场营销专业教学用书：市场营销基础学习指导与练习（第2版）》按主教材各章的顺序编写。

每章包括：“预备知识”、“学习目标”、“学习建议”、“学习要点”、“要点内容”、“案例评析”、“练习与训练”。

其中，“练习与训练”又包括判断题、单项选择题、多项选择题及实训题。

《中等职业学校市场营销专业教学用书：市场营销基础学习指导与练习（第2版）》内容全面、题型多样、实践性强，不仅有助于学生掌握营销基本理论和基本方法，而且有助于培养学生的市场营销意识。

为更好地助教助学，《中等职业学校市场营销专业教学用书：市场营销基础学习指导与练习（第2版）》配有多媒体教学课件，内容主要包括：课程讲解、即时练习、营销实战、本学习指导与练习中练习题的答案、参考资料等。

<<市场营销基础学习指导与练习>>

书籍目录

第一章 市场营销概述一、预备知识二、学习目标三、学习建议四、学习要点五、要点内容六、案例评析七、练习与训练第二章 市场营销环境分析一、预备知识二、学习目标三、学习建议四、学习要点五、要点内容六、案例评析七、练习与训练第三章 市场分析一、预备知识二、学习目标三、学习建议四、学习要点五、要点内容六、案例评析七、练习与训练第四章 消费者市场与购买行为一、预备知识二、学习目标三、学习建议四、学习要点五、要点内容六、案例评析七、练习与训练第五章 市场细分与目标市场一、预备知识二、学习目标三、学习建议四、学习要点五、要点内容六、案例评析七、练习与训练第六章 产品策略一、预备知识二、学习目标三、学习建议四、学习要点五、要点内容六、案例评析七、练习与训练第七章 价格策略一、预备知识二、学习目标三、学习建议四、学习要点五、要点内容六、案例评析七、练习与训练第八章 分销渠道策略一、预备知识二、学习目标三、学习建议四、学习要点五、要点内容六、案例评析七、练习与训练第九章 促销策略一、预备知识二、学习目标三、学习建议四、学习要点五、要点内容六、案例评析七、练习与训练第十章 电子商务与网络营销一、预备知识二、学习目标三、学习建议四、学习要点五、要点内容六、案例评析七、练习与训练第十一章 市场调查与市场预测一、预备知识二、学习目标三、学习建议四、学习要点五、要点内容六、案例评析七、练习与训练主要参考文献

章节摘录

版权页：插图：12.宽窄分销渠道策略可供生产企业选择的宽窄分销渠道策略，一般有密集分销、选择分销、独家分销三种策略。

(1) 密集分销策略。

它是指生产商广泛利用大量的中间商经销自己的产品，也叫做“广泛分销策略”。

密集式分销最适用于便利品。

它通过最大限度地便利消费者而推动销售额的提升。

采用这种策略有利于广泛占领市场，便利购买，及时销售产品。

(2) 选择分销策略。

生产企业在特定的市场选择一部分中间商来推销本企业的产品。

采用这种策略，生产企业不必花太多的精力联系为数众多的中间商，而且便于与中间商建立良好的合作关系，还可以使生产企业的产品获得适当的市场覆盖面。

(3) 独家分销策略。

它指生产企业在一定地区、一定时间只选择一家中间商销售自己的产品。

独家分销的特点是竞争程度低。

采用这种策略，能极大地密切与工商企业之间的关系，生产商能在中间商的销售价格、促销活动、信用和各种服务方面有较强的控制力，而独家经销商的积极性也很高。

独家分销的不足之处主要是由于缺乏竞争会导致经销商力量减弱，而且对于顾客来说，独家分销可能使他们在购买地点的选择上感到不方便。

13.公司型垂直一体化分销体系公司型垂直一体化分销体系指一家公司拥有和统一管理若干工厂、批发机构和零售机构，控制分销渠道的若干层次、甚至整个分销渠道，综合经营生产、批发、零售等业务。

14.管理型垂直一体化分销体系该体系不是由一个所有者下属的相关生产部门和分销部门组织而形成的，而是由某一家规模大、实力强的企业出面组织起来的，由这家企业对从生产到分销的几个阶段上的产品流通活动进行协调与管理。

在这种体系下，分销渠道中的各个组织可以有自己的经营目标和组织结构，但是其日常的全部或部分分销活动是在一个统一的分工和计划下进行协调的。

<<市场营销基础学习指导与练习>>

编辑推荐

《市场营销基础学习指导与练习(第2版)》为教育部职业教育与成人教育司推荐教材配套用书。

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>