

<<市场营销实务>>

图书基本信息

书名：<<市场营销实务>>

13位ISBN编号：9787561843772

10位ISBN编号：7561843771

出版时间：2012-6

出版时间：天津大学出版社

作者：赵坚，赵丽霞 编

页数：244

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>

## <<市场营销实务>>

### 内容概要

《21世纪高职高专“十二五”精品规划教材：市场营销实务》是为了适应现代市场营销发展的趋势，在评估和对比已有市场营销教材实际效果的基础上，依据现有高职高专学生学习特征而编写的，具有实用性、针对性和职业性等特点。

全书有四个项目，即市场调查和分析、市场细分与定位、市场营销策略和市场营销管理；共分十个单元，包括市场营销概述，市场调查，市场营销环境分析，消费者购买行为分析，市场细分与定位，产品策略，定价策略，渠道策略，促销策略，市场营销组织、执行与控制等内容。

《21世纪高职高专“十二五”精品规划教材：市场营销实务》适用于高职高专、成人高校的经济管理类专业教学，也适用于社会人员的自学参考。

## <<市场营销实务>>

### 书籍目录

项目一 市场调查和分析第一单元 市场营销概述第一节 市场营销及核心概念第二节 市场营销的观念第三节 市场营销管理概略第二单元 市场调查第一节 市场的概念和分类第二节 市场因素分析第三节 市场调查与预测第三单元 市场营销环境分析第一节 市场营销环境概述第二节 市场营销环境构成第三节 市场营销环境分析第四单元 消费者购买行为分析第一节 消费者购买行为概述第二节 影响消费者购买行为的主要因素第三节 消费者购买决策项目二 市场细分与定位第五单元 市场细分与定位第一节 市场细分第二节 目标市场第三节 市场定位项目三 市场营销策略第六单元 产品策略第一节 产品整体策略第二节 产品生命周期策略第三节 新产品开发策略第四节 产品组合策略第五节 产品品牌策略第六节 产品包装策略第七单元 定价策略第一节 基本价格策略第二节 修订价格策略第三节 实施和应对价格变动第八单元 渠道策略第一节 分销渠道第二节 分销渠道策略第三节 分销渠道管理第九单元 促销策略第一节 促销与促销组合第二节 人员推销策略第三节 广告策略第四节 营业推广策略第五节 公共关系策略项目四 市场营销管理第十单元 市场营销组织、执行和控制第一节 市场营销的组织第二节 市场营销的执行第三节 市场营销的控制参考文献

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>