

<<高尔夫市场营销>>

图书基本信息

书名：<<高尔夫市场营销>>

13位ISBN编号：9787810992176

10位ISBN编号：7810992171

出版时间：2005-8

出版时间：国防科大

作者：熊定勋

页数：323

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>

## <<高尔夫市场营销>>

### 内容概要

涵盖了高尔夫球场会籍管理以及高尔夫营销策划、市场调研、市场营销环境分析、消费行为分析、市场预测、产品策略和促销策略等内容。

它是建立在经济学、管理学、营销策划、行业管理和行为规范等学科基础上的一门广泛用于高尔夫球会、高尔夫俱乐部、高尔夫产业各种经营的边缘交叉应用科学，现已初步形成和发展于高尔夫产业营销人员与市场营销活动等实践中。

## &lt;&lt;高尔夫市场营销&gt;&gt;

## 书籍目录

前言 导言 第一章 高尔夫市场营销概述 第一节 高尔夫市场营销引言 第二节 市场营销的基本概念 第三节 市场营销观念的发展过程 第四节 市场营销对我国高尔夫发展的意义 复习思考题 第二章 高尔夫市场营销特征 第一节 高尔夫的消费特征 第二节 高尔夫服务市场营销特征 第三节 高尔夫的市场营销观念特征 第四节 高尔夫的社会特征 复习思考题 第三章 高尔夫市场营销策划 第一节 高尔夫市场营销策划的概念 第二节 营销策划与营销计划的区别 第三节 高尔夫市场营销策划的方法 第四节 高尔夫市场营销策划报告的结构 复习思考题 第四章 高尔夫市场调研 第一节 高尔夫市场调研概述 第二节 高尔夫市场调研的内容 第三节 高尔夫市场调研的步骤和方法 第四节 高尔夫市场调研的图表表示法 复习思考题 第五章 高尔夫市场营销环境 第一节 高尔夫市场营销环境概述 第二节 高尔夫市场营销微观环境 第三节 高尔夫市场营销宏观环境 第四节 高尔夫市场营销环境分析 复习思考题 第六章 高尔夫消费行为分析 第一节 高尔夫消费行为概述 第二节 消费者心理活动分析 第三节 高尔夫消费动机 第四节 影响高尔夫消费行为的主要因素分析 第五节 高尔夫消费行为决策过程分析 复习思考题 第七章 高尔夫市场细分 第一节 高尔夫市场细分概念 第二节 高尔夫市场细分标准 第三节 高尔夫市场细分方法 复习思考题 第八章 高尔夫目标市场选择与市场定位 第一节 高尔夫目标市场概述 第二节 高尔夫市场定位 第三节 CI与CS战略对高尔夫市场定位的意义 复习思考题 第九章 高尔夫市场预测 第一节 高尔夫市场预测概述 第二节 高尔夫市场预测内容与步骤 第三节 高尔夫市场预测方法 复习思考题 第十章 高尔夫产品策略 第一节 高尔夫产品及其生命周期 第二节 高尔夫新产品开发导程 第三节 高尔夫新产品开发过程 第四节 高尔夫产品的品类构建 复习思考题 第十一章 高尔夫产品定价策略 第一节 影响高尔夫产品定价的因素 第二节 高尔夫产品定价目标与方法 第三节 高尔夫定价策略 复习思考题 第十二章 高尔夫促销策略 第一节 高尔夫促销概述 第二节 高尔夫广告策略 第三节 高尔夫公共关系 第四节 高尔夫人员推销 复习思考题 第十三章 高尔夫无形资产营销 第一节 高尔夫无形资产的概述 第二节 高尔夫无形资产的经营 第三节 高尔夫无形资产的管理 复习思考题 第十四章 高尔夫服务质量管理 第一节 高尔夫服务质量的概述 第二节 高尔夫服务的优质表现 第三节 高尔夫消费者满意度评价 第四节 高尔夫服务有形展示 复习思考题 第十五章 高尔夫市场营销控制与管理 第一节 高尔夫市场营销控制与管理概述 第二节 高尔夫市场营销计划 第三节 高尔夫市场营销控制 复习思考题 附录1 高尔夫俱乐部会籍销售手册 附录2 高尔夫俱乐部会籍销售策略和管理方法 附录3 高尔夫俱乐部度假会员业务作业流程制度 图表 附录4 高尔夫俱乐部度假会员代理销售点作业流程方案 附录5 高尔夫俱乐部定点销售地区销售总监岗位职责 附录6 高尔夫俱乐部专职会籍销售人员业务管理制度 附录7 高尔夫俱乐部兼职会籍销售人员业务管理制度 附录8 高尔夫俱乐部会籍销售奖惩办法 附录9 高尔夫俱乐部客户申报制度 附录10 高尔夫俱乐部用户信息管理办法 附录11 高尔夫俱乐部内部签呈表 附录12 高尔夫俱乐部意向客户登记表 附录13 高尔夫俱乐部目标客户拜访表 附录14 高尔夫俱乐部电话拜访资料表 附录15 高尔夫俱乐部客户登记确认表 参考文献

<<高尔夫市场营销>>

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>