

图书基本信息

书名：<<职业学校市场营销专业系列规划教材>>

13位ISBN编号：9787811146820

10位ISBN编号：7811146827

出版时间：2007-11

出版时间：电子科技大学出版社

作者：杨慧，等编

页数：264

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

《职业学校市场营销专业系列规划教材：市场营销基础》是根据高中等职业学校教学要求编写的市场营销基础教材。

本书对市场营销环境、消费者购买行为分析、市场信息研究、目标市场的选择与定位、产品、价格、渠道、促销、市场竞争及企业形象与品牌策略进行了阐释，并展望了市场营销未来的发展。

本书可供高中等职业学校和成人高校以及民办高校作为教材使用，也可作为企业岗位培训以及经营管理人员或经商人员自学参考用书。

书籍目录

第一章 导论第一节 市场营销学的历史发展第二节 市场营销学的研究对象、内容和方法第三节 市场营销观念的转变第四节 市场营销学的核心概念本章习题第二章 市场营销环境第一节 市场营销环境概述第二节 市场营销的宏观环境第三节 市场营销微观环境第四节 市场营销环境分析与营销对策本章习题第三章 消费者购买行为分析第一节 消费者市场第二节 影响消费者行为的因素第三节 消费者购买行为和购买决策过程本章习题第四章 市场信息研究第一节 市场营销信息概述第二节 市场营销信息系统第三节 市场营销信息调研本章习题第五章 目标市场细分与市场定位第一节 市场细分第二节 市场细分的程序和方法第三节 目标市场选择第四节 市场定位本章习题第六章 产品策略第一节 产品概念及特性第二节 产品生命周期战略第三节 新产品的开发与推广本章习题第七章 价格策略第一节 定价概述第二节 产品定价方法第三节 产品定价策略本章习题第八章 渠道策略第一节 营销渠道概述第二节 中间商第三节 营销渠道的设计与管理本章习题第九章 促销策略第十章 市场竞争策略第十一章 企业形象与品牌策略第十二章 市场营销发展

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>