

中国市场营销经理资格证书考试教材（下册）



[中国市场营销经理资格证书考试教材（下册）](#) [下载链接1](#)

著者:梅清豪

出版者:电子工业出版社

出版时间:2005-09-01

装帧:

isbn:9787121017131

《中国市场营销经理资格证书考试教材》是专为市场营销经理量身定制的培训和考试教材，分为上、下两册，本书为下册，附有《中国市场营销经理资格证书考试大纲》。全书共分为五个部分。第一部分是关于如何制订公司的市场营销战略和计划，以及各种对公司市场营销战略计划的实施过程进行控制的方法，包括第1章和第2章；第二部分介绍市场调研与市场预测的方法，包含第3章和第4章的内容；第三部分阐述公司服务营销管理的主要方法，包括第5章和第6章的内容；第四部分介绍公司物流与配送管理的原理与方法，包括第7章和第8章的内容；第五部分

作者介绍:

目录: 第1章 营销计划的制订过程 ■

1.1 营销计划概述 ■

1.1.1 制订营销计划的由来 ■

1.1.2 营销计划的定义 ■

1.1.3 营销计划书的内容 ■

1.2 制订营销计划的准备工作 ■

- 1.2.1 市场环境分析与营销计划的连接 ■
- 1.2.2 内部环境分析与营销计划的连接 ■
- 1.2.3 外部环境分析与营销计划的连接 ■
- 1.3 规划市场营销活动 ■
- 1.4 营销计划的制订 ■
 - 1.4.1 准备营销计划 ■
 - 1.4.2 明确各项基本营销工具 ■
 - 1.4.3 营销计划的指导原则 ■
 - 1.4.4 制订营销计划目标 ■
 - 1.4.5 连接战略、总体目标、具体目标、战术和程序 ■
 - 1.4.6 营销
- • • • • (收起)

[中国市场营销经理资格证书考试教材（下册）](#) [下载链接1](#)

标签

考试

市场营销

评论

[中国市场营销经理资格证书考试教材（下册）](#) [下载链接1](#)

书评

[中国市场营销经理资格证书考试教材（下册）](#) [下载链接1](#)