

市场营销基础与实务



[市场营销基础与实务_下载链接1](#)

著者:高凤荣 编

出版者:商品流通与市场

出版时间:2007-8

装帧:

isbn:9787111215288

本书从市场营销活动的实际出发，共分12章，全面论述了营销的基本概念、核心概念，从市场分析的角度分析了营销的微观(宏观)环境、消费者的购买行为、竞争者的分析以及营销调研预测，以及市场细分、目标市场的选择、市场定位，营销组合策略、市场营销管理的基本方法及市场营销策划书的设计与撰写，阐述翔实，举例生动。

全书体例布局力求新颖，强调理论与实训的结合。每章开篇有学习目标、案例导入，文中穿插小案例、小思考、小知识及训练和练习，章后设有学习指导、课后思考与练习、案例分析、实训应用等版块，内容丰富，使学生的学习更富于乐趣。

本书可作为高职高专市场营销专业、管理类、经济类相关专业的专门教材，也可作为成人高校教学用书、企业培训营销人员、管理人员的培训教材和参考教材。

作者介绍:

目录: 前言第1章 认识营销 学习目标 案例导入 1.1 市场营销的含义 1.2 市场营销观念的发展 1.3 顾客让渡价值与顾客满意理论 学习指导 课后思考与练习 案例分析 实训应用 营销链接 部分习题参考答案第2章 市场营销环境分析 学习目标 案例导入 2.1 市场营销环境概述 2.2 市场营销的微观环境分析 2.3 市场营销的宏观环境分析 2.4 市场营销环境分析方法 学习指导 课后思考与练习 案例分析 实训应用 营销链接 部分习题参考答案第3章 消费者需求分析 学习目标 案例导入 3.1 消费者的需求与特点 3.2 消费者的购买动机与购买行为 3.3 影响消费者购买行为的因素 3.4 组织市场购买及行为分析 学习指导 课后思考与练习 案例分析 实训应用 营销链接 部分习题参考答案第4章 竞争者分析 学习目标 案例导入 4.1 识别和分析市场竞争者 4.2 市场竞争策略 学习指导 课后思考与练习 案例分析 实训应用 营销链接 部分习题参考答案第5章 营销调研与预测 学习目标 案例导入 5.1 营销调研内容和分类 5.2 营销调研方法 5.3 营销调研设计 5.4 市场营销预测内容与步骤 5.5 市场预测的基本方法 5.6 市场营销信息系统 学习指导 课后思考与练习 案例分析 实训应用 营销链接 部分习题参考答案第6章 目标市场策略 学习目标 案例导入 6.1 市场细分 6.2 目标市场的选择 6.3 市场定位 6.4 市场营销组合策略 学习指导 课后思考与练习 案例分析 实训应用 营销链接 部分习题参考答案第7章 产品策略 学习目标 案例导入 7.1 产品概念、产品分类及产品组合 7.2 产品市场生命周期 7.3 新产品开发 7.4 品牌与包装策略 7.5 服务策略 学习指导 课后思考与练习 案例分析 实训应用 营销链接 部分习题参考答案第8章 价格策略 学习目标 案例导入 8.1 定价依据 8.2 定价目标 8.3 定价方法 8.4 定价策略 学习指导 课后思考与练习 案例分析 实训应用 营销链接 部分习题参考答案第9章 分销渠道策略 学习目标 案例导入 9.1 分销渠道概述 9.2 分销渠道成员分析 9.3 分销渠道策略 9.4 营销渠道系统 学习指导 课后思考与练习 案例分析 实训应用 营销链接 部分习题参考答案第10章 促销策略 学习目标 案例导入 10.1 促销与促销组合 10.2 人员促销 10.3 广告策略 10.4 营业推广 10.5 公共关系 学习指导 课后思考与练习 案例分析 实训应用 营销链接 部分习题参考答案第11章 市场营销管理 学习目标 案例导入 11.1 市场营销计划 11.2 市场营销组织 11.3 市场营销实施 11.4 市场营销控制 学习指导 课后思考与练习 案例分析 实训应用 营销链接 部分习题参考答案第12章 市场营销策划 学习目标 案例导入 12.1 市场营销策划概述 12.2 市场营销策划书的设计与撰写 学习指导 课后思考与练习 案例分析 实训应用 营销链接 部分习题参考答案参考文献
· · · · · (收起)

[市场营销基础与实务 下载链接1](#)

标签

评论

[市场营销基础与实务_下载链接1](#)

书评

[市场营销基础与实务_下载链接1](#)