

《市场营销基础》

图书基本信息

书名：《市场营销基础》

13位ISBN编号：9787563514878

10位ISBN编号：7563514872

出版时间：2007-6

出版社：邮电大学

作者：范莉莎

页数：144

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《市场营销基础》

内容概要

《21世纪中等职业教材系列:市场营销基础》结合大量典型案例，比较全面地介绍了市场营销的基本理论、基本观点、基本策略和基本方法，突出的特点是：理论深入浅出，与实际紧密结合；吸纳国内外的最新知识和经验；注重实践性和可操作性。适合作为中等职业市场营销相关教材使用。

《市场营销基础》

书籍目录

第一章 市场营销概述第一节市场营销及其核心概念第二节营销管理第三节现代市场营销观念第四节市场营销观念的新发展【本章小结】【思考与练习题】第二章 市场营销环境分析第一节分析市场营销环境的目的第二节微观环境分析第三节宏观环境分析【本章小结】【思考与练习题】第三章 市场分析第一节消费者市场与消费者购买行为分析第二节生产者市场分析第三节竞争者市场分析【本章小结】【思考与练习题】第四章 市场细分与目标市场第一节市场细分第二节目标市场选择第三节市场定位【本章小结】【思考与练习题】第五章 产品策略第一节产品策略第二节产品生命周期第三节产品组合策略第四节产品品牌策略第五节产品包装策略【本章小结】【思考与练习题】第六章 定价策略第一节影响定价的因素第二节定价的方法第三节定价的基本策略第四节价格变动反应及价格调整【本章小结】【思考与练习题】第七章 分销渠道及管理第一节分销渠道的概念与分销渠道结构第二节分销渠道的影响因素与设计原则第三节选择分销渠道模式的原则及选择方案的评估第四节管理控制分销渠道第五节分销渠道系统创新探讨【本章小结】【思考与练习题】第八章 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销售促进与公共关系策略【本章小结】【思考与练习题】第九章 电子商务与网络营销第一节电子商务概述第二节网络营销概述【本章小结】【思考与练习题】

《市场营销基础》

精彩短评

- 1、书很薄，比较适合职业学生学习

《市场营销基础》

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:www.tushu111.com