

《市场营销项目式教程（高职高专经管类专业核心课程教材）》

书籍信息

版次：1

页数：

字数：

印刷时间：2014年02月01日

开本：16开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787302353317

内容简介

《市场营销项目式教程/高职高专经管类专业核心课程教材》在高职院校示范性专业建设成果的基础上，根据高等职业教育培养目标的层次结构要求，针对高等职业教育教学的特点，按照“项目导向，任务驱动”方式，重构教材体例，重塑教学内容。《市场营销项目式教程/高职高专经管类专业核心课程教材》精心设计了十个项目，包括认识市场营销、市场营销环境分析、消费者购买行为分析、市场营销调研与预测、市场细分与目标市场选择、制定产品策略、制定价格策略、制定分销策略、促销策略、市场营销的新模式。每个项目有项目导入任务，然后是对实施该项目任务所需掌握的基本理论知识介绍，配合各个知识点穿插了小案例和小资料，并设计了可操作性强的技能训练任务，在教学中模拟实际工作环境进行实操训练，针对典型工作任务进行分析，使学生在轻松快乐的学习过程中掌握市场营销技能的实际运用。

《市场营销项目式教程/高职高专经管类专业核心课程教材》可作为高等职业教育应用型、技能型人才培养的教材，也可作为社会培训教材或从业者的参考书。

目录

项目一 认识市场营销

任务一 感知营销内涵

一、市场

二、市场营销

任务二 确立营销观念

一、生产观念

二、产品观念

三、推销观念

四、市场营销观念

五、社会市场营销观念

任务三 市场营销学习内容及方法

一、学习内容

二、学习方法

项目小结项目一 认识市场营销 任务一 感知营销内涵 一、市场二、市场营销

任务二 确立营销观念 一、生产观念二、产品观念三、推销观念四、市场营销观念

五、社会市场营销观念任务三 市场营销学习内容及方法 一、学习内容二、学习方法

项目小结职业能力训练综合实训

项目二 市场营销环境分析 任务一 认识市场营销环境 一、市场营销环境的概念及类型

二、市场营销环境的特征三、市场营销环境对企业营销的影响

任务二 宏观营销环境分析 一、人口环境二、经济环境三、政治与法律环境

四、自然环境五、社会文化环境六、科学技术环境任务三 微观营销环境分析

一、企业内部环境二、供应商三、营销中介四、顾客五、竞争者六、社会公众

任务四 运用SWOT分析法 一、市场营销环境的分析方法二、市场机会分析项目小结
职业能力训练综合实训

项目三 消费者购买行为分析 任务一 认识消费者市场 一、消费者市场的含义和特点
一、消费者的购买行为70分析框架三、消费者购买行为模式

任务二 分析影响消费者购买行为的因素 一、消费者购买行为的类型

二、影响消费者购买行为的主要因素任务三 了解消费者购买决策过程

一、消费者购买决策的参与者一、消费者购买决策过程的阶段项目小结职业能力训练
综合实训

项目四 市场营销调研与预测 任务一 认识市场调研 一、市场调研的定义与作用

二、市场调研的原则三、市场调研的内容任务二 市场调研的方法与步骤

一、市场调研的方法二、市场调研的步骤.....项目五 市场细分与目标市场选择

项目六 制定产品策略 项目七 制定价格策略 项目八 制定分销策略 项目九 促销策略

项目十 市场营销的新模式 参考答案

[显示全部信息](#)

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.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)