

C 目录 Contents

项目一 市场营销概述.....	1
任务一 市场营销和相关概念.....	1
任务二 市场营销管理本质.....	6
任务三 营销岗位和发展前景.....	11
任务四 市场营销创新理念和原则.....	16
任务五 市场营销管理原则	23
任务六 市场营销观念.....	29
任务七 营销人员和营销组织.....	34
项目二 市场营销环境管理.....	41
任务一 市场营销的微观环境.....	41
任务二 市场营销的宏观环境.....	47
任务三 企业市场营销环境的变化.....	58
任务四 竞争者和竞争战略.....	83
任务五 波士顿矩阵竞争战略.....	93
项目三 营销调研管理与预测.....	98
任务一 营销调研的概念及特点.....	98
任务二 营销调研的基本内容.....	101
任务三 营销调研的流程.....	103
任务四 营销调研报告的结构和撰写	108
任务五 营销市场的预测.....	112



项目四 市场营销与产品策略管理	118
任务一 产品整体概念和产品组合	118
任务二 新产品开发策略	125
任务三 产品绿色化、舒适化策略	132
任务四 销售旺季与销售淡季产品渠道推广的策略与方法	147
项目五 价格策略与营销管理	150
任务一 定价的概述	150
任务二 定价的方法	156
任务三 主要定价策略	161
任务四 价格变动策略	176
任务五 刺激性定价策略和初创企业定价技巧	180
项目六 营销渠道战略与管理	186
任务一 营销渠道战略概述	186
任务二 营销渠道的作用和结构	195
任务三 营销渠道的设计方法	203
任务四 营销渠道战略的规划	210
任务五 营销渠道战略的实施和调整	215