第一图书网, tushu007.com

<<市场营销辞典>>

图书基本信息

书名：<<市场营销辞典>>

13位ISBN编号：9787010069531

10位ISBN编号：7010069530

出版时间：2008-5

出版时间：张光忠、万安培、 郑介甫 人民出版社 (2008-05出版)

作者：张光忠，万安培，郑介甫 著

页数：609

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：http://www.tushu007.com

前言

在中国，市场营销是一个“全民性”、“工具性”、“观念性”的知识体系。
“全民性”是说其应用范围的广泛性，举凡国民经济的各个领域，人们生活的各个方面，社会公众的各个群体，都在使用营销的理论与语言。
“工具性”是说其实践应用的价值性，营销就是市场运作，营销理论是经营决策者和市场参与者的行动指南。
“观念性”是说其对人的影响的决定性，观念决定行动，正确的观念引导正确的行动，中国现代大多数成功人士便是由科学的营销观念培育成长起来的。
毫无疑义，营销理论是市场上空的灯塔，照耀着匆匆前行的人们。
你希望发掘商机获得财富吗，你就应该学习它；你渴望驾驭市场，成为市场的主人吗，你就应该研究它；你期望实现人生价值，成为一名成功人士吗，你就应该掌握它!基于这样的认识，我们编写了这本《市场营销辞典》。
市场营销是市场经济的产物。
以美国为代表的西方发达国家，创造性地培育和完善了市场营销理论、方法，并较好地将营销理论与具体的市场实践结合起来。
在市场观念、顾客理论、消费者行为理论、产品理论、品牌理论、渠道理论、价格理论、促销理论、关系营销、服务营销等方面，形成了一系列创新性的思想，建立了比较规范的知识体系，受到世界各国企业界和知识界的关注，为世界市场的繁荣昌盛做出了贡献。
在中国，人们同样感受到市场营销理论的神奇力量，营销理论活跃在中国社会的30年，改变了人们的市场观念，创新了企业的经营模式，提升了产品的竞争力，塑造了产品的品牌形象，营造了现代化、电子化、网络化的渠道系统，培育了数以千万计的市场营销人才，促进了社会经济的全面发展，为中国从经济大国发展成为经济强国创造了条件。
在一定意义上说，市场营销是“创富之学”、“富民之学”、“立企之学”、“强国之学”。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

《市场营销辞典》的读者对象包括高等学校市场营销专业师生、企业市场营销人员、经济领域各个部门营销决策者与执行者等。
《市场营销辞典》是市场营销入门者的普及读本，是营销理论研究者的参考文库，是企业一线营销实战者的理论参考书。

作者简介

张光忠，中南财经政法大学教授。
主要研究方向：营销策划理论与实践．创业设计理论与实践，中外营销比较研究。
主要著作包括《世界营销比较》、《营销策划》、《WTO时代赢销策略》、《财富圣经》、《市场圣经》、《卖点圣经》、《创业圣经》、《大学创业设计教程》、《高等学校资金安全研究报告》、《高等学校资金安全管理规则研究》、《经济科学学科辞典》、《社会科学学科辞典》、《财经大辞典》等。
在《财贸经济》、《商业经济研究》，《中国商贸》、《光明日报》、《经济日报》、《市场营销导刊》、《中国人民大学学报》、《中南财经政法大学学报》等报刊发表论文百余篇。
万安培历任中南财经大学教授、深圳发展银行济南分行、北京分行行长。
现为深圳发展银行昆明分行行长。
民建中央委员、深圳市人民代表大会常务委员。
郑介甫历任天津华泰集团董事长、天津津滨发展股份有限公司副董事长、云大科技股份有限公司董事长等。
天津市人大代表（第十四届）、民进中央委员、民进天津常委、民进中央特邀研究员、天津开发区国际商会副会长等。
现为天津环渤海控股集团董事长。

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

前言凡例目录辞典正文音序目录后记

章节摘录

市场营销辞典上相对稳定。
一般来说，直销渠道进行商品交换，都签订合同，数量、时间、价格、质量、服务等都按合同规定履行，购销双方的关系以法律的形式于一定时期内固定下来，使双方把精力用于其他方面的战略性谋划。
(4)可以在销售过程中直接进行促销。
企业直接分销，实际上又往往是直接促销的活动。
【直接营销渠道】参见【零级渠道】。
【直销制模式】将产品与服务直接行销给消费者的，一种充满活力、充满生机、迅速扩张的销售管道模式。
它要求：(1)目标产品的分销体系更具有目的性与互补性，更能体现企业营销策略。
(2)企业对市场推广及控制必须具有直接手段的销售模式。
直销制模式的特点是：(1)在结构上直销制要求其直接控制的分销网络具有清晰的主线结构并逐步形成排他性与一致性，使分销渠道带有明显的企业特征。
(2)在组织上通常要有意回避实力过强的经销商，对单一成员的推广能力不做过高要求，而是培养分销渠道的整体推广能力。
对营销资源的需求很高。
【直邮】参见【直递】。
【终端分级】把营销人员所管辖区域内的零售终端按层次定位。
一般依据各终端所处位置、营业面积、社区经济条件、营业额、知名度等情况进衙埘分。
各办面条件最好的为A类终端，至少要占终端总数的五分之一，作为工作重点；条件一般的为B类终端，至少要占终端总数的三分之一，作为工作次重点；其余为C类终端。
【终端人员】承担终端服务的工作人员。
工作内容大致包括产品铺市、产品陈列、POP促销、价格控制、通路理顺、客情关系、报表反馈等七项。
【终端生动化】使企业终端与其他产品，尤其是竞品，有明显的展示差异，使消费者能够明显地看到产品、了解并信任企业，以产生购买行为。
一般终端生动化的主要内容包括商品或配件的陈列位置、陈列方式、整洁度、鲜明性、售点宣传品张贴位置、发放方式以及对售点人的要求。
【专营性分销渠道策略】生产者在某一目标市场上选择有限数的中间商经销其商品的策略安排。
属于独家经销。
即只选择一家中间商经销本企业商品。
常常是一种排他性的专营。
特别规定这些中间商不能经营其他厂商生产的同类竞争产品。
适用于高档特殊品(珠宝、金制品等)或技术服务要求高的商品。
最大优点是：(1)商品生产者和中间商关系密切，相互之间有较强的依附关系。
(2)有利于厂商在价格、促销、信贷和其他服务方面对中间商加以控制。
(3)经销商全力推销企业商品，以实现营销目标。
该策略的缺点是：(1)双方依附关系过强，一旦中间商经营失误，厂商将蒙受巨大损失。
(2)当生产企业产量增加时，如果仍使用此策略。
将会失去更多的市场和顾客。
[综合式垂直分销渠道系统]参见[公司系统]。

后记

20世纪80年代，是我国社会科学大复兴、大繁荣、大发展的年代。
正是这个年代，给予我们获得更多新知识、新思想的机遇。
同时，我们也获得了向社会传播知识的种种便利，先后参与并主持《经济科学学科词典》、《社会科学学科词典》、《经济科学学术观点大全》、《财经大辞典》等多本工具书的编写。
有关市场营销的理论与知识，是在这个时期系统学习的。
十分幸运，在组织编写《经济科学学科词典》时，我们聘请到“市场学”词条的作者是彭星闾教授。
彭老师是我国市场营销学科创始人之一，他高屋建瓴地对市场营销理论的介绍，为人们全面了解市场学指明了方向。
也是在那个时候，我们对市场营销产生了兴趣，并将市场学作为教学与研究的一个主要领域，孜孜不倦，不断向市场学习，市场是给予我们智慧与力量的源泉。
十分幸运，上述辞典的编写帮助我们比较成功地步入社会科学(主要是经济学、管理学)的神圣殿堂。
也是在那时，直接聆听于光远、刘国光、马洪、吴敬琏、董辅弄乃、张卓元、许毅、王积业、刘卓甫、刘鸿儒、孙尚清、杨纪琬、李成瑞、金鑫等著名经济学家的教诲，我们终生受益。
大师们的渊博知识和严谨的治学态度，常常给予我们以鞭策和警示，是须臾不可离开的精神寄托。
同时，辞典编辑过程所体验的吃苦精神、科学态度、综合知识素质，是对我们知识结构、素质水平的全面挑战，迫使我们学习学习再学习，努力努力再努力!多年来，这样的勉励一直成为我们人生的座右铭。
十分幸运，也是源于辞典等工具书的编写，结识了一大批志同道合的学术朋友。
那时的首义路老财大，可谓是藏龙卧虎之地，且学术氛围甚浓，写文章、编著作成为一道亮丽的学术风景线。
朋友的一次交谈，或者一次集会，都可能产生一项科研选题，有时仅仅是一个口头约定，大家都能在规定的时间、按规定的要求漂漂亮亮地完成。
这是我们一辈子最难忘的时期。

编辑推荐

《市场营销辞典》由人民出版社出版。

第一图书网, tushu007.com

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:http://www.tushu007.com