

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787030136756

10位ISBN编号：7030136756

出版时间：2008-1

出版时间：高教分社

作者：范明明 编

页数：250

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>

<<市场营销学>>

内容概要

《市场营销学》以市场营销的基本内容为主线，以学生树立正确的营销观念，培养学生营销管理和营销操作的基本能力为目的，阐述了市场营销的基本理论、基本知识、基本方法和市场营销理论的新发展、新趋势。

《市场营销学》共十二章，按内容分为四个单元：市场营销和市场营销观念、市场分析和市场分析方法、市场营销战略和策略、市场营销新发展。

《市场营销学》可作为高职高专院校营销、贸易、商务、管理、会计、秘书等专业的市场营销教材，也可作为营销、商务从业人员的参考用书和培训教材。

书籍目录

第1章 市场营销导论1.1 市场营销与营销组合1.2 市场营销观念的演变1.3 中国企业市场营销第2章 市场营销环境2.1 市场营销环境及企业对策2.2 宏观环境2.3 微观环境第3章 市场分析3.1 市场及其类型3.2 消费者市场3.3 产业市场第4章 市场分析方法4.1 市场信息系统4.2 市场营销调研4.3 市场需求预测第5章 目标市场营销5.1 市场细分5.2 目标市场选择5.3 市场定位第6章 市场竞争战略6.1 竞争者分析6.2 市场竞争的基本战略第7章 产品策略7.1 产品与产品组合7.2 产品生命周期理论7.3 新产品开发7.4 品牌策略7.5 包装策略第8章 价格策略8.1 定价目标8.2 定价的一般方法8.3 定价的基本策略第9章 分销渠道9.1 分销渠道及类型9.2 分销渠道策略9.3 分销渠道发展第10章 促销策略10.1 促销与促销组合10.2 人员推销10.3 广告策略10.4 公共关系10.5 营业推广第11章 物流策略11.1 物流及其职能11.2 物流规划与管理11.3 物流现代化第12章 市场营销新发展12.1 关系营销12.2 绿色营销12.3 整合营销12.4 服务营销12.5 网络营销参考文献

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>