

## <<现代市场营销学>>

### 图书基本信息

书名：<<现代市场营销学>>

13位ISBN编号：9787040307917

10位ISBN编号：704030791X

出版时间：2010-9

出版时间：高等教育出版社

作者：居长志，王瑜 著

页数：403

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>

## <<现代市场营销学>>

### 内容概要

《21世纪高职高专市场营销类专业系列教材：现代市场营销学（第3版）》第三版，是在继承了第一版、第二版优点和内容体系的基础上，针对高等职业教育的新理念和教材使用中的新要求，作了相应的优化和创新。

全书共分十四章，主要内容包括：市场分析、营销调研与预测、市场营销战略、产品策略、分销渠道策略、市场营销组织与控制、全球营销战略等。

《21世纪高职高专市场营销类专业系列教材：现代市场营销学（第3版）》不仅可作为高职高专的专用教材，也可以用来培训企业的营销管理者和营销人员。

## &lt;&lt;现代市场营销学&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 现代市场营销导论第一节 市场营销学的核心概念第二节 市场营销活动与营销管理第三节 市场营销学的产生和发展第四节 市场营销与顾客满意思考题案例讨论第2章 企业的市场营销观念第一节 企业市场营销观念的演变第二节 现代市场营销观念的新发展第三节 市场营销道德思考题案例讨论第3章 市场分析第一节 消费者市场分析第二节 生产者市场分析第三节 中间商市场和政府市场分析思考题第4章 企业营销环境第一节 企业营销环境概述第二节 企业营销的微观环境分析第三节 企业营销的宏观环境分析思考题案例讨论第5章 营销调研与预测第一节 营销调研概述第二节 营销调研方法第三节 营销调研设计第四节 市场营销预测第五节 市场营销信息系统思考题案例讨论第6章 市场营销战略第一节 市场营销战略概述第二节 市场营销机会分析第三节 市场营销战略的制定第四节 市场营销竞争战略分析思考题案例讨论第7章 目标市场战略第一节 市场细分第二节 目标市场选择第三节 市场定位第四节 市场营销组合策略思考题案例讨论第8章 产品策略第一节 产品概念和产品组合第二节 产品市场生命周期第三节 新产品开发第四节 品牌策略第五节 包装策略思考题案例讨论第9章 价格策略第一节 制定价格的意义和依据第二节 定价目标第三节 定价策略第四节 定价方法思考题案例讨论第10章 分销渠道策略第一节 分销渠道概述第二节 分销渠道成员分析第三节 分销渠道策略第四节 物流系统决策思考题案例讨论第11章 促销策略第一节 促销组合决策第二节 广告促销第三节 人员促销第四节 公关促销与营业推广思考题案例讨论第12章 市场营销组织与控制第一节 市场营销组织机构设置第二节 市场营销控制第三节 市场营销审计思考题案例讨论第13章 全球营销战略第一节 进入国际市场的决策第二节 进入国外市场方式的分析与选择第三节 国际市场营销方案决策思考题案例讨论第14章 市场营销理论的新发展第一节 市场营销理论的实践创新第二节 整合营销第三节 互联网营销思考题案例讨论教学资源索取单

<<现代市场营销学>>

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>