

<<市场营销>>

图书基本信息

书名：<<市场营销>>

13位ISBN编号：97871111104575

10位ISBN编号：7111104579

出版时间：2002-08-13

出版时间：机械工业出版社

作者：夏暎 编

页数：230

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>>

内容概要

《市场营销》根据我国职业技术教学的实际情况,并结合市场经济的特点,以介绍市场营销的基本原理、基本策略和营销策划米,力争做到理论知识通俗易懂、案例新颖独特。

《市场营销》共分十二章。

第一、二、三章为市场营销概括,包括市场和市场营销、市场分析、市场竞争战略;第四章为市场营销手段,即市场调查与市场预测;第五章至第九章为市场策略,包括市场细分与目标市场选择、产品、价格、渠道、促销策略;第十章为国际市场营销;第十一章为电子商务与互联网营销;第十二章为市场营销算、为便于学习,各章均附有思考题和案例分析。

《市场营销》是高职高专工科类各专业教材,也可作为在职人员的培训教材,以及工商企业管理干部自学用书

<<市场营销>>

书籍目录

前言第一章 概论第一节 市场和市场营销第二节 市场营销的指导观念第二章 市场分析第一节 市场营销环境分析第二节 竞争者分析第三节 消费者市场分析第四节 组织市场购买行为分析第三章 市场竞争战略第一节 市场领先者竞争战略第二节 市场竞争战略第三节 市场跟随者竞争战略第四节 市场补充者竞争战略第四章 市场调查与预测第一节 市场调查概述第二节 市场调查的技术和方法第三节 市场预测概述第四节 市场预测方法第五章 市场细分与目标市场选择第一节 市场细分第二节 目标市场选择第三节 市场定位第六章 产品策略第一节 产品整体概念第二节 产品生命周期第三节 产品组合管理第四节 包装与包装策略第五节 品牌策略第六节 新产品开发策略第七章 定价策略第一节 价格综述第二节 中间商第三节 分销渠道的设计与管理第九章 促销策略第一节 促销与促销组合第二节 广告策略第三节 人员推销策略第四节 公共关系策略第五节 营业推广第十章 国际市场营销第一节 国际市场营销概念第二节 国际市场营销环境第三节 国际目标市场选择第四节 进入国际市场的方式第五节 国际市场营销策略第十一章 电子商务与互联网营销第一节 电子商务与电子商务系统第二节 互联网营销第三节 网络交易的安全管理第十二章 市场营销策略第一节 策略与市场营销策略的含认特点第二节 市场营销策划的主权内容第三节 市场营销策略的一般过程参考文献

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>