

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787111169949

10位ISBN编号：7111169948

出版时间：2005-8

出版时间：机械工业出版社

作者：机械工业出版社

页数：340

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

《高等学校教材：市场营销学》在编写中力求削枝强干，通过营销案例的举证和分析讨论，深入浅出地阐释了市场营销学的基本理论。

其主要内容包括：市场营销学总论，市场营销环境分析，消费者市场与消费者购买行为分析，目标市场战略，市场营销信息系统及市场营销调研与预测，市场营销计划、组织与控制，几种主要的新潮营销方式简介等。

本书的主要特色为：1、强调针对性。

适应非营销专业课时较少的特点，满足非营销专业学生的需要，容量有度，深入浅出。

2、注重本土化。

突出和结合中国的市场背景，每章选用的案例多为中国本土企业的案例。

3、突出案例教学。

每章均包括引导案例和结束讨论案例。

《高等学校教材：市场营销学》主要作为高等院校非市场营销专业经济管理类及其他专业学生教材，也可作为企业管理人员的培训教材及自学参考书。

<<市场营销学>>

书籍目录

前言第一章 市场营销总论本章重点基本概念引导案例第一节 市场营销学概述第二节 市场营销的核心概念第三节 市场营销观念的演变第四节 市场营销管理第五节 顾客让渡价值思考题案例分析讨论第二章 市场营销环境分析本章重点基本概念引导案例第一节 市场营销环境概述第二节 直接营销环境第三节 间接营销环境第四节 市场营销环境分析思考题案例分析讨论第三章 消费者市场与消费者购买行为分析本章重点基本概念引导案例第一节 消费者市场第二节 影响消费者购买行为的因素分析第三节 消费者购买决策过程分析思考题案例分析讨论第四章 目标市场战略本章重点基本概念引导案例第一节 市场细分第二节 目标市场战略第三节 市场定位思考题案例分析讨论第五章 市场营销信息系统及市场营销调研与预测本章重点基本概念引导案例第一节 市场营销信息系统第二节 市场营销调研第三节 市场营销预测思考题案例分析讨论第六章 产品策略本章重点基本概念引导案例第一节 产品整体概念第二节 产品组合策略第三节 品牌和包装策略第四节 产品生命周期策略第五节 新产品开发战略第六节 新产品市场扩散思考题案例分析讨论第七章 价格策略第八章 分销渠道策略第九章 促销策略第十章 服务市场营销第十一章 市场营销计划、组织与控制第十二章 几种主要的新潮营销方式简介参考文献

<<市场营销学>>

编辑推荐

其它版本请见：《普通高等教育规划教材：市场营销学（第2版）》

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>