第一图书网, tushu007.com

<<市场营销学教程>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学教程>>

13位ISBN编号：9787111220824

10位ISBN编号：711122082X

出版时间：2007-8

出版时间：机械工业

作者：侯雁 编

页数：305

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

内容概要

本书从当代市场营销理论与实务发展的现状出发，坚持理论与实践相结合，叙述和评价相结合，全面介绍了市场营销的基本理论、策略和方法，具有一定的创新性和较强的实用性。
全书共分为十一章，具体内容包括市场营销导论、市场营销环境、购买行为分析、市场细分与评价、战略选择与确定、产品策略、价格策略、分销渠道策略、促销策略、信息调研和市场预测、执行和控制营销活动等。
　本书是“成人高等教育经济管理专业精品教材”中的一本，本套教材都配有光盘。
纸质教材每章包括：学习目标指导、基础知识、复习思考题；光盘内容包括：学习指导、课件、自测题库（包括模拟试卷）、参考答案、使用说明等，是纸质教材的有益补充。
本套教材适合成人学习，有利于提高学生的自主学习能力；适合作为成人高等教育的教材及成人自学教材，也可供企事业单位市场营销人员、管理人员以及对市场营销感兴趣的其他人士自学参考。

书籍目录

第一篇 研究市场：市场环境与机会 丛书序 前言 第一章 市场营销学导论 第一节 市场营销的核心概念 第二节 企业导向与观念 第三节 市场营销管理 复习思考题 第二章 市场营销环境 第一节 微观营销环境 第二节 宏观营销环境 复习思考题 第三章 购买行为分析 第一节 消费者市场和购买行为 第二节 组织机构市场和购买行为 复习思考题第二篇 制定战略：市场选择与定位 第四章 市场细分与评价 第一节 市场细分的目的 第二节 市场细分的依据 第三节 有效细分的特征 第四节 对细分市场的评价 复习思考题 第五章 战略选择与确定 第一节 市场覆盖战略 第二节 营销竞争战略 第三节 市场定位和战略确定 复习思考题第三篇 战术运筹：规划营销组合 第六章 产品策略 第一节 整体产品的概念 第二节 新产品开发及其分析 第三节 产品生命周期及策略 第四节 产品组合与品牌包装 复习思考题 第七章 价格策略 第一节 制定价格的基本方法 第二节 修订价格的基本策略 第三节 变更价格的基本考虑 复习思考题 第八章 分销渠道策略 第一节 分销渠道功能与结构 第二节 分销渠道设计与管理 第三节 批发商与零售商 第四节 实体分配与物流管理 复习思考题 第九章 促销策略 第一节 促销概述 第二节 人员推销策略 第三节 广告策略 第四节 销售促进策略 ……第四篇 有效控制：调研、计划与控制 第十章 信息调研和市场预测 第十一章 执行和控制营销活动 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