第一图书网, tushu007.com

<<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：9787111227144

10位ISBN编号：711122714X

出版时间：2008-1

出版时间：机械工业

作者：李胜

页数：342

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

《现代市场营销学》从当代国内外营销理论和实务发展的现状出发，博采众长，坚持理论与实践相结合，全面系统地介绍了现代市场营销学的基础理论、基本知识和方法，具有一定的创新性和较强的实践性。

《现代市场营销学》共分为18章，内容包括现代市场营销学概论，市场营销管理哲学，市场营销战略规划与管理过程，市场营销环境，消费者市场和购买行为分析，生产者市场和购买行为分析，市场营销调研与预测，目标市场营销战略，竞争性市场营销战略，产品策略，品牌与包装策略，定价策略，分销渠道策略，促销策略，市场营销计划、组织与控制，国际市场营销，服务市场营销，网络营销。

每章后均附有小结、思考题和案例分析。

《现代市场营销学》可作为高职高专院校经济管理及相关专业的通用教材，也可作为应用型本科经济管理专业的教材，也可供各级企业管理人员、市场营销人员学习与培训参考。

<<现代市场营销学>>

书籍目录

前言第1章　现代市场营销学概论1.1 市场营销学的起源、发展与传播1.2　市场营销及其核心概念1.3 市场营销学的学科特征1.4　市场营销学的研究对象、内容与方法本章小结思考题案例分析第2章　市场营销管理哲学2.1 市场营销管理哲学的演进2.2　现代营销观念和传统营销观念的比较2.3　顾客让渡价值理论2.4　现代营销观念的新发展2.5　市场营销道德本章小结思考题案例分析第3章　市场营销战略规划与管理过程3.1 企业战略与市场营销战略3.2　市场营销战略规划3.3　市场营销管理过程本章小结思考题案例分析第4章　市场营销环境4.1 市场营销环境概述4.2　市场营销的微观环境4.3　市场营销的宏观环境本章小结思考题案例分析第5章　消费者市场和购买行为分析5.1　消费者市场与消费者行为模式5.2　消费者市场的购买对象5.3 影响消费者购买行为的主要因素5.4　消费者购买决策过程本章小结思考题案例分析第6章　生产者市场和购买行为分析6.1 生产者市场的含义和特点6.2 生产者市场的购买对象6.3　影响生产者购买行为的主要因素6.4　生产者的购买类型6.5　购买决策的参与者6.6　生产者的购买决策过程……第7章　市场营销调研与预测第8章　目标市场营销战略第9章　竞争性市场营销战略第10章　产品策略第11章　品牌与包装策略第12章　定价策略第13章　分销渠道策略第14章　促销策略第15章　市场营销计划、组织与控制第16章　国际市场营销第17章　服务市场营销第18章　网络营销参考文献

第一图书网, tushu007.com

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