

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787111363125

10位ISBN编号：7111363124

出版时间：2012-1

出版时间：机械工业出版社

作者：王杜春 主编

页数：314

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

《普通高等教育“十二五”规划教材：市场营销学》在参考国内外著名市场营销学著作的同时，充分考虑到本科、专科教学的实际，并努力使专业教育与职业教育相结合，旨在阐述现代市场营销学的基本原理和实务的同时，突出技能训练，培养社会主义市场经济发展所需要的实用人才。

《普通高等教育“十二五”规划教材：市场营销学》共14章，主要包括市场营销学导论，市场营销环境分析，消费者市场分析，组织市场分析，市场营销信息系统及市场营销调研与预测，目标市场营销战略，市场竞争与发展战略，产品策略，价格策略，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，市场营销的新领域等内容。

《普通高等教育“十二五”规划教材：市场营销学》在编写过程中，力求体系完整、内容精练、语言流畅、深入浅出，可作为高等院校经管类专业教材，也可作为有关专业人员的培训教材和自学用书。

# <<市场营销学>>

## 书籍目录

前言

### 第一章 市场营销学导论

第一节 市场与市场营销

第二节 市场营销学的建立和特点

第三节 现代营销理论与营销观念

第四节 企业营销管理的任务与过程

重要概念

复习思考题

附一、市场营销策划书撰写大纲

二、金星澳麦啤酒上市策划案例

### 第二章 市场营销环境分析

第一节 市场营销环境概述

第二节 宏观营销环境

第三节 微观营销环境

重要概念

复习思考题

附一、商业计划书的格式

二、LEAP品牌童装上海市场营销环境分析

### 第三章 消费者市场分析

第一节 消费者市场需求

第二节 消费者购买行为

第三节 消费者购买决策过程

重要概念

复习思考题

附一、啤酒家庭消费情况调查问卷

二、呼和浩特市购房意向问卷调查分析

报告

### 第四章 组织市场分析

第一节 组织市场需求

第二节 生产者市场购买行为分析

第三节 中间商市场购买行为分析

第四节 非营利性组织市场与政府市场购买

行为分析

重要概念

复习思考题

附一、新客户开发管理实施细则

二、客户关系维护要点

三、客户需求信息处理制度

### 第五章 市场营销信息系统及市场营销

调研与预测

第一节 市场营销信息系统

第二节 市场营销调研

第三节 市场需求预测

重要概念

复习思考题

## <<市场营销学>>

附一、市场调查及预测工作管理制度

二、市场调查管理办法

三、市场预测报告

### 第六章 目标市场营销战略

第一节 市场细分

第二节 目标市场的选择

第三节 市场定位

重要概念

复习思考题

附一、雀巢公司的市场细分

二、成功的市场定位成就了脑白金

三、帕米亚无烟香烟

### 第七章 市场竞争与发展战略

第一节 市场竞争与竞争者分析

第二节 市场竞争与发展的一般战略

第三节 各类企业市场竞争战略

重要概念

复习思考题

附一、公司竞争对手调查操作规则

二、珠啤：多维战略浴火重生

### 第八章 产品策略

第一节 产品与产品组合

第二节 产品生命周期

第三节 新产品开发

第四节 产品包装

第五节 品牌与商标

复习思考题

附一、新产品开发企划案

二、新产品推广计划

三、产品动态分析与计划要点

### 第九章 价格策略

第一节 企业定价目标与程序

第二节 企业定价的一般方法

第三节 定价的基本策略

重要概念

复习思考题

附一、产品定价管理制度

二、公司降价销售管理规定

### 第十章 分销渠道策略

第一节 分销渠道概述

第二节 分销渠道中的中间商

第三节 分销渠道的设计与管理

第四节 物流配送

重要概念

复习思考题

附一、经销商管理细则

二、特约店业务管理规定

## <<市场营销学>>

- 三、代理店管理制度
- 四、连锁店管理规章
- 第十一章 促销策略
  - 第一节 促销与促销组合
  - 第二节 人员推销
  - 第三节 广告
  - 第四节 公共关系
  - 第五节 销售促进
  - 重要概念
  - 复习思考题
  - 附一、企业年度广告计划书（整体框架）
  - 二、对新客户的推销准则
- 第十二章 市场营销计划、组织与控制
  - 第一节 市场营销计划
  - 第二节 市场营销组织
  - 第三节 市场营销控制
  - 重要概念
  - 复习思考题
  - 附一、销售计划纲要
  - 二、市场营销计划纲要
  - 三、公司销售组织管理制度
- 第十三章 国际市场营销
  - 第一节 国际市场营销环境
  - 第二节 国际目标市场营销
  - 第三节 进入国际市场的方式
  - 第四节 国际市场营销组合战略
  - 重要概念
  - 复习思考题
  - 附“家乐福”兵败中国香港
- 第十四章 市场营销的新领域
  - 第一节 绿色营销
  - 第二节 整合营销
  - 第三节 关系营销
  - 第四节 网络营销
  - 第五节 营销道德
  - 重要概念
  - 复习思考题
  - 附整合营销传播策划书撰写要领
- 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>