

<<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>