

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787111367178

10位ISBN编号：7111367170

出版时间：2012-1

出版时间：机械工业出版社

作者：陈守则 主编

页数：344

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

本书在编写中力求突出重点，削枝强干，针对普通高等院校非市场营销专业本门课程课时较少的特点，在保持学科理论体系尽可能系统、完整的基础上，以企业市场营销管理过程为基本主线，用清新的笔调深入浅出、简明扼要地阐释了市场营销学的基本理论。

本书内容包括：市场营销总论，市场营销环境分析，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，产品策略，价格策略，分销渠道策略，促销策略，服务市场营销，市场营销计划、组织与控制，几种主要的新型营销方式简介。

本书具有通俗易懂，趣味生动，针对性、可读性强的特点。

每章开篇有学习重点、基本概念、引导案例，篇中穿插了大量趣味生动、寓意深刻的小故事和鲜活的案例等辅学资料，篇末配有本章小结、练习与思考、案例分析等。

本书主要作为普通高等院校工商管理类及其他相关专业本科、专科学生的教材，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

本章学习重点

基本概念

引导案例

第一节 市场

第二节 市场营销

第三节 市场营销学

第四节 市场营销观念

第五节 顾客满意及其实现途径

本章小结

练习与思考

案例分析

第二章 市场营销环境分析

本章学习重点

基本概念

引导案例

第一节 市场营销环境概述

第二节 市场营销微观环境分析

第三节 市场营销宏观环境分析

第四节 市场营销环境分析的态度与方法

本章小结

练习与思考

案例分析

第三章 购买行为分析

本章学习重点

基本概念

引导案例

第一节 消费者市场购买行为分析

第二节 组织市场购买行为分析

本章小结

练习与思考

案例分析

第四章 目标市场战略

本章学习重点

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

本章小结

练习与思考

案例分析

第五章 市场营销信息系统及市场 营销调研与预测

<<市场营销学>>

本章学习重点

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

本章小结

练习与思考

案例分析

第六章 产品策略

本章学习重点

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 新产品开发策略

本章小结

练习与思考

案例分析

第七章 价格策略

本章学习重点

基本概念

引导案例

第一节 影响企业定价的因素

第二节 企业定价的程序与定价方法

第三节 企业定价的基本策略

本章小结

练习与思考

案例分析

第八章 分销渠道策略

本章学习重点

基本概念

引导案例

第一节 分销渠道概述

第二节 分销渠道的设计与管理

第三节 中间商

第四节 产品实体分销

本章小结

练习与思考

案例分析

第九章 促销策略

本章学习重点

基本概念

引导案例

第一节 促销与促销组合

<<市场营销学>>

第二节 人员推销

第三节 广告

第四节 销售促进

第五节 公共关系

本章小结

练习与思考

案例分析

第十章 服务市场营销

本章学习重点

基本概念

引导案例

第一节 服务市场营销概述

第二节 服务质量管理

第三节 服务有形展示

第四节 服务定价、分销与促销策略

本章小结

练习与思考

案例分析

第十一章 市场营销计划、组织与控制

本章学习重点

基本概念

引导案例

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

本章小结

练习与思考

案例分析

第十二章 几种主要的新型营销方式简介

本章学习重点

基本概念

引导案例

第一节 关系营销

第二节 直复营销

第三节 网络营销

第四节 数据库营销

第五节 绿色营销

本章小结

练习与思考

案例分析

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>