第一图书网, tushu007.com

# <<市场营销管理>>

## 图书基本信息

书名：<<市场营销管理>>

13位ISBN编号：9787118065091

10位ISBN编号：7118065099

出版时间：2010-1

出版时间：国防工业出版社

作者：连漪

页数：380

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

第一图书网, tushu007.com



## 内容概要

本书比较详尽地介绍了市场营销管理的基本原理、方法和最新进展。
营销始于市场又终结于市场，同时又占据了市场的核心地位。
书中对大量的实例进行解剖，并插入营销视点，在每章开篇有引导案例，章后都附有案例讨论及思考题，将营销分析工具整理成附录，方便读者查阅，重点培养解决市场实际问题的能力，力求知识转化为能力的训练。

全书共分为15章和2个附录，其中包括市场营销概述，公司战略规划，市场营销环境分析，消费者市场及购买行为分析，组织市场及其购买行为分析，市场竞争策略与目标市场选择，产品策略，品牌策略，价格策略，分销渠道策略，促销策略，整合营销传播策略，营销活动管理，市场营销策划，市场营销发展。
附录为营销分销工具及模拟案例。

本书可作为高等院校管理类专业本科生教材，研究生、MBA的参考书及相关专业学员的教材，亦适用于企业营销管理人员的培训。

# <<市场营销管理>>

## 书籍目录

第1章 市场营销概述　学习要点　引导案例　第一节 市场营销学的产生与发展　第二节 市场营销学的性质、对象和方法　第三节 市场与市场营销　第四节 企业经营哲学的演变　第五节 现代市场营销理论　案例与实务　思考题第2章 公司战略规划与营销战略管理　学习要点　引导案例　第一节 公司战略规划概述　第二节 设计公司营销战略　第三节 市场营销管理过程　案例与实务　思考题第3章 市场营销环境分析　学习要点　引导案例　第一节 市场营销环境概述　第二节 市场营销环境的分析方法　第三节 市场营销宏观环境　第四节 市场营销微观环境　案例与实务　思考题第4章 消费者市场及购买行为分析　学习要点　引导案例　第一节 消费者市场概述　第二节 影响消费者行为的因素　第三节 消费者购买决策过程　第四节 消费者购买动机　案例与实务　思考题第5章 组织市场及其购买行为分析　学习要点　引导案例　第一节 组织市场的概念和类型　第二节 产业市场的购买行为　第三节 中间商市场的购买行为　第四节 政府市场的购买行为　案例与实务　思考题第6章 市场竞争策略与目标市场选择　学习要点　引导案例　第一节 市场竞争策略　第二节 市场细分　第三节 目标市场的选择　第四节 市场定位　案例与实务　思考题第7章 产品策略　学习要点　引导案例　第一节 产品的整体概念及产品组合　第二节 产品生命周期理论及其策略选择　第三节 新产品开发战略　第四节 包装和包装策略　第五节 产品支持服务及其策略　案例与实务　思考题第8章 品牌策略第9章 价格策略第10章 分销渠道策略第11章 促销策略第12章 整合营销传播策略第13章 营销活动管理第14章 市场营销策划第15章 市场营销新发展附录A 营销分析工具附录B 实例参考文献

## 媒体关注与评论

“营销的目的在于使销售成为多余。”——彼得·德鲁 “知识贵于应用，营销始于行动。作者将多年从事营销实践的体会和课堂教学的经验积累写进书中，对创新本土教材建设进行了很有价值的实践探索。”——郭国庆中国人民大学教授、士生导师

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