

<<市场营销>>

图书基本信息

书名：<<市场营销>>

13位ISBN编号：9787121092114

10位ISBN编号：7121092115

出版时间：2009-8

出版时间：电子工业出版社

作者：伯罗 著，中国市场营销课程标准开发中心（CMC）组 编

页数：264

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>>

### 内容概要

本书是由中国市场营销课程标准开发中心组编，为中国市场学会市场营销策划师资格证书考试指定教材和全国市场营销大赛参赛教学用书。

本书打破原有教材的独立模式，首次将原有课程、认证和营销大赛相结合，削减理论知识内容，补充众多课上、课下实训教学内容。

本书明确提出市场营销专业核心技能，并针对技能进一步开发绩效指标，贯穿全书始终，使学生在干中学、赛中学，最终实现增强和促进学生团队协作、主动创新的职业素养及就业竞争力的目标。

本书特色 创新性。

根据营销从业人员现状，提炼市场营销专业核心技能，开发绩效指标，并贯穿全书理论知识和技能训练。

便利性。

将资格认证和全国市场营销大赛的知识和技能内容融入教材，学生只需通过本书学习，就可完成资格认证考试复习及赛前准备工作。

有效性。

本书为学生配有活动手册，有效巩固其理论知识的学习，并通过丰富有趣的小活动进一步提高学生从业相关技能。

本书还为教师提供教师用书、视频案例光盘、教师资源光盘和营销策划模板，使其备课更加高效、充分，且形式多样化。

读者对象：应用型本科和高职高专营销专业及相关专业的学生和老师，以及营销从业人员。

## &lt;&lt;市场营销&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 营销概述 1.1 什么是营销 评估练习 1.2 现代营销理念和营销变革 评估练习 1.3 各种营销角色及其转换 评估练习 1.4 供求规律与市场营销策略 评估练习 第1章评估测验第2章 市场调研 2.1 市场分析的重要性 评估练习 2.2 收集、处理市场信息 评估练习 2.3 实施市场调研 评估练习 2.4 收集主要数据的方法 评估练习 第2章评估测验第3章 消费者行为分析 3.1 消费者购买行为分析 评估练习 3.2 消费者购买决策 评估练习 第3章评估测验第4章 目标市场营销策略 4.1 聚焦细分市场 评估练习 4.2 为获得竞争优势而定位 评估练习 4.3 市场细分的竞争 评估练习 4.4 了解竞争 评估练习 第4章评估测验第5章 营销战略和营销计划 5.1 营销战略 评估练习 5.2 营销计划 评估练习 第5章评估测验第6章 产品策略 6.1 由一种产品开始 评估练习 6.2 产品组合要素 评估练习 6.3 消费者产品和企业产品 评估练习 6.4 新产品的开发 评估练习 第6章评估测验第7章 定价策略 7.1 价格决策经济学 评估练习 7.2 制定价格的程序 评估练习 7.3 以市场为导向定价第8章 分销策略第9章 促销策略第10章 营销管理与控制

## 章节摘录

## 第3章 消费者行为分析 3.1 消费者购买行为分析 3.1.3 消费者购买类型 营销热身

通过观察分析消费者购物动机，及消费者对产品需求的观念，把购买的产品或服务确定为四个基本类别：便利商品、选购商品、特殊商品、非渴求商品。

这些消费者购买类别可以当成制定有效市场营销组合的关键。

每个购买类别都需要不同的市场营销组合以有效地满足消费者的需求。

说出4个你上个月买的商品，并回顾你每次购买商品的过程。

什么因素影响了你的决定？ 消费者购买类别描述了消费者根据需求选购产品的方式。

你不会以同样的方式购买所有的商品。

消费者对于有些消费会很慎重，在决定购买产品之前会花很多时间去比较产品的品牌。

对于另一些东西，你很清楚你想要什么，并且会尽快尽可能便利地把它买下来。

另外，还有些产品你不会考虑购买。

通过对消费者购买方式的仔细研究，把消费者购买类型分为以下四种。

**便利商品** 消费者希望尽可能便捷地购买的商品是便利商品，其一般分为日常必需品、冲动性购买商品、应急商品。

日常必需品是指习惯性、常规购买的产品。

你会经常购买这些产品，知道它们所满足的需要，并且可能对某些品牌有偏好。

日常必需品包括面包、牛奶、牙膏、零食和其他经常购买的产品。

当你知道需要什么，就会进行常规消费。

通常你会在很方便的地方购买，可能不会为了买日常必需品到处逛。

如果商店里没有你最喜欢的品牌，你会选择另一个品牌，或等到下次购物时再买。

没有事先计划，一时受到某种刺激购买的东西是冲动性购买商品，如糖果、杂志、低价首饰、衣服等便宜的新产品。

一般冲动性购买商品是你看见在零售店收银台边陈列的物品。

.....

<<市场营销>>

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>