

<<市场营销>>

图书基本信息

书名：<<市场营销>>

13位ISBN编号：9787121113277

10位ISBN编号：7121113279

出版时间：2011-5

出版时间：电子工业出版社

作者：孙金霞

页数：277

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

孙金霞主编的《市场营销(第2版)》主要介绍了市场营销的基本知识,突出了以下三个特点:一是知识选取符合营销专业职业岗位要求的要求。

二是在正文中穿插“小思考”、“相关链接”和“实例”,以拓展学生的知识面,调动学生学习的兴趣。

三是设计了复习思考题与实训题,既有利于学生复习巩固基础知识,又有利于培养学生的实际动手能力。

本书此次修订就市场营销的创新专门进行了论述,以拓宽学生的视野,更多地去关注市场营销的发展动态,运用新的营销模式开拓并占领市场。

《市场营销(第2版)》是一本实用性和可操作性都很强的高职高专教材。

<<市场营销>>

书籍目录

第1章 市场营销概述

- 1.1 市场营销及其研究对象
- 1.2 市场概述
- 1.3 市场营销观念

本章小结

复习思考题

实训题

第2章 市场营销环境分析

- 2.1 市场营销环境概述
- 2.2 市场营销微观环境分析
- 2.3 市场营销宏观环境分析

本章小结

复习思考题

实训题

第3章 消费者需求及购买行为分析

- 3.1 顾客满意与顾客让渡价值
- 3.2 消费者需求研究
- 3.3 消费者购买动机分析
- 3.4 消费者购买行为分析

本章小结

复习思考题

实训题

第4章 目标市场营销

- 4.1 市场细分的原理和方法
- 4.2 目标市场营销策略
- 4.3 市场定位策略

本章小结

复习思考题

实训题

第5章 市场营销战略和策略规划

- 5.1 市场营销战略概述
- 5.2 市场营销战略规划
- 5.3 市场营销策略规划

本章小结

复习思考题

实训题

第6章 产品和产品策略

- 6.1 整体产品分析
- 6.2 产品品牌策略
- 6.3 产品包装策略
- 6.4 产品组合策略

本章小结

复习思考题

实训题

第7章 产品市场生命周期与新产品开发策略

<<市场营销>>

- 7.1 产品市场生命周期概述
- 7.2 产品市场生命周期营销策略
- 7.3 新产品开发与推广策略

本章小结

复习思考题

实训题

第8章 价格策略

- 8.1 影响企业定价的因素与定价程序
- 8.2 企业定价方法
- 8.3 企业定价策略

8.4 企业价格调整决策

本章小结

复习思考题

实训题

第9章 分销渠道策略

- 9.1 分销渠道概述
- 9.2 分销渠道的设计、选择与管理
- 9.3 分销渠道中的中间商
- 9.4 分销渠道的新发展

本章小结

复习思考题

实训题

第10章 促销策略

- 10.1 促销与促销组合
- 10.2 人员推销策略
- 10.3 广告策略
- 10.4 营业推广策略
- 10.5 公共关系促销策略

本章小结

复习思考题

实训题

第11章 市场营销管理与控制

- 11.1 市场营销管理
- 11.2 市场营销计划
- 11.3 市场营销组织
- 11.4 市场营销实施和控制

本章小结

复习思考题

实训题

第12章 市场营销创新

- 12.1 文化营销
- 12.2 知识营销
- 12.3 绿色营销
- 12.4 网络营销
- 12.5 服务营销

本章小结

复习思考题

<<市场营销>>

实训题
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>