

<<市场营销>>

图书基本信息

书名：<<市场营销>>

13位ISBN编号：9787122109637

10位ISBN编号：7122109631

出版时间：2011-8

出版时间：化学工业出版社

作者：梅建军 主编

页数：311

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

本书按照“激发学生对营销实践的思考和学习兴趣——带着问题学习核心内容——通过小结回顾所学理论——通过案例检验学习效果”的教学逻辑编写；在内容上包含“认识营销”、“识别营销机会”、“选择营销战略”、“设计营销策略”、“开展营销管理”和“拓展营销视野”；在形式上分为导入案例、学习目的、正文、本章小结、关键名词、思考题、案例分析七个部分。在各章节还以“小案例”、“知识链接”的形式给出可启发学生思考的营销案例、营销数据和营销知识，以期学生了解营销的新概念和新思想，强化学生的营销综合素质。

本书适合作为工商管理、电子商务、会计学、旅游管理等企业管理类本科专业的必修课教材，也可供国际经济与贸易、产业经济学、金融学等应用经济学类本科专业的学生选用。

<<市场营销>>

书籍目录

第一篇 认识营销

第一章 认识营销

第一节 营销面面观

第二节 营销核心概念

【思考题】

【案例分析】

第二章 营销重心演变

第一节 生产观念：以增加产品产量为重心阶段

第二节 产品观念：以提高产品质量为重心阶段

第三节 推销观念：以增加产品销量为重心阶段

第四节 营销观念：以满足目标市场需求为重心阶段

第五节 社会营销观念：以统筹兼顾三方利益为重心阶段

第六节 顾客观念：以赢得客户忠诚为重心阶段

【思考题】

【案例分析】

第二篇 发现营销机会

第三章 市场调研——衡量市场需求

第一节 市场机会与营销机会

第二节 市场调研的基本流程

第三节 市场调研问卷设计

第四节 市场需求预测

【思考题】

【案例分析】

第四章 扫描市场环境——发现机会

第一节 营销环境的构成

第二节 宏观环境分析

第三节 微观环境分析

【思考题】

【案例分析】

第三篇 选择营销战略

第五章 目标市场营销战略

第一节 市场细分

第二节 目标市场选择

【思考题】

【案例分析】

第六章 市场定位战略

第一节 市场定位的含义

第二节 市场定位的步骤

第三节 市场定位的方式与战略

【思考题】

【案例分析】

第七章 竞争战略选择

第一节 竞争者分析

第二节 基本竞争战略

第三节 位势竞争战略

<<市场营销>>

【思考题】

【案例分析】

第四篇 设计营销策略

第八章 产品策略

第一节 市场营销组合

第二节 产品整体概念

第三节 产品生命周期理论

第四节 产品组合与新产品开发

第五节 品牌战略

【思考题】

【案例分析】

第九章 价格策略

第一节 影响定价的主要因素

第二节 定价方法

第三节 定价策略

第四节 价格反应战略

【思考题】

【案例分析】

第十章 渠道策略

第一节 渠道概述

第二节 渠道设计与管理

第三节 物流决策

【思考题】

【案例分析】

第十一章 促销策略

第一节 促销与促销组合

第二节 人员推销策略

第三节 广告策略

第四节 公共关系策略

第五节 销售促进策略

【思考题】

【案例分析】

第五篇 开展营销管理

第十二章 营销战略计划

第一节 战略计划概述

第二节 企业使命与目标

第三节 建立战略业务单位

第四节 业务战略计划

第五节 营销计划

【思考题】

【案例分析】

第十三章 营销组织、执行与控制

第一节 市场营销组织概述、类型、设计

第二节 市场营销执行与控制

【思考题】

【案例分析】

第六篇 拓展营销视野

<<市场营销>>

第十四章 国际营销

第一节 国际营销概述

第二节 目标市场选择

第三节 国际营销策略

【思考题】

【案例分析】

第十五章 绿色营销

第一节 绿色营销概述

第二节 绿色营销策略

第三节 绿色营销评价体系

【思考题】

【案例分析】

第十六章 服务营销

第一节 服务营销的兴起背景及发展阶段

第二节 服务的基本特点

第三节 服务营销组合

第四节 服务质量管理

【思考题】

【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>