第一图书网, tushu007.com

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787300137117

10位ISBN编号：7300137113

出版时间：2011-5

出版时间：中国人民大学出版社

作者：吕一林　等编著

页数：235

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

<<市场营销学>>

内容概要

本书在系统阐述市场营销学基本原理的基础上，力求结合中国社会和企业实际，特别注重从营销管理决策的各个方面展开论述，帮助学生正确掌握市场营销学的基本概念、策略、技术和分析方法。书中附有大量国内外企业营销案例。

本书适合用作高校工商管理各专业及非管理专业的营销学入门教材，同时也适合企业营销、管理人员，以及对市场营销感兴趣的读者自学。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

吕一林，经济学博士，中国人民大学商学院市场营销学教授、博士生导师。
主要研究方向：市场营销、商业经济。
主讲的“市场营销学”课程获国家级精品课程。
主编的《市场营销学教程》、《营销渠道决策与管理》等教材获普通高等教育国家级教学成果一等奖，并入选普通高等教育“十一五”国家级规划教材。
主持翻译有《营销管理(亚洲版)》、《零售管理》等多部著作。

第一图书网, tushu007.com

<<市场营销学>>

书籍目录

第1章　关于市场营销
　第1节　市场营销的发展脉络
　第2节　现代市场营销的逻辑
　第3节　市场营销的新发展
　案例　华为e5曲线营销
第2章　分析营销环境，寻找成功机会
　第1节　营销环境中蕴涵机会与风险
　第2节　宏观环境引导营销活动的大方向
　第3节　微观环境影响营销活动的方式和效果
　案例　创维公司2008年营销环境分析
第3章　消费者市场与产业市场——购买行为不同
　第1节　市场营销按顾客需求和购买行为的不同划分市场
　第2节　消费者怎样做购买决策
　第3节　消费者购买行为的特点及其影响因素
　第4节　谁是产业市场的采购决策者
　第5节　产业市场的购买者怎样做出购买决策
　案例　关于宠物的消费者习惯
第4章　信息是企业营销的基础
　第1节　企业营销决策需要哪些数据信息
　第2节　建立企业营销信息系统
　第3节　市场营销调研的设计与实施
　案例　安徽特酒集团在线营销市场调研案例分析
第5章　制定营销战略
　第1节　营销战略的制定
　第2节　有效的市场细分
　第3节　目标市场选择策略
　第4节　合适的市场定位
　案例　李宁90后困境
第6章　营销策略组合
　第1节　营销手段与营销策略组合
　第2节　营销策略组合方案要适应特定的顾客、公司和竞争对手
　第3节　产品生命周期不同阶段的营销策略组合
　案例　普洱茶的市场营销组合策略
第7章　产品、服务与品牌构建
　第1节　产品整体概念与产品组合
　第2节　服务与服务营销
　第3节　品牌的构建：建立强势品牌
　案例　屈臣氏与竞争对手的品牌管理比较
第8章　新产品开发
　第1节　新产品开发策略
　第2节　新产品开发过程
　第3节　新产品开发管理
　案例　苹果ipad的推出
第9章　定价策略——事关企业的收入与利润
　第1节　对产品定价的不同认知

第一图书网, tushu007.com

第2节　影响产品定价的其他因素
第3节　基本定价方法
第4节　价格组合与定价技巧
第5节　新产品定价与适时调整价格
第6节　制定价格策略的程序
案例　中国移动集团动感地带套餐业务定价策略
第10章　分销渠道选择——竞争新热点
第1节　分销渠道的作用与构成
第2节　中间商的类型
第3节　连锁商店与特许经营
第4节　分销渠道选择
第5节　渠道管理——协调冲突与实施控制
案例　京东商城与“ 窜货 ”
第11章　沟通整合——促成销售
第3节　怎样制定沟通组合策略
第4节　企业广告运作要点
第5节　人员推销——效果最佳，管理最难
案例　王石的博客与万科“ 捐款门 ”事件
第12章　在线营销——市场的新宠
第1节　在线营销的产生
第2节　在线营销概述
第3节　在线营销组合策略
案例　海尔集团的网站建设
第13章　企业营销组织与计划
第1节　企业营销组织
第2节　营销部门内的组织分工形式
第3节　营销计划的制定过程与内容
第4节　营销计划的贯彻实施
第5节　市场营销控制
案例　中国电信九江分公司的“ 6+1 ”营销组织新模式
第14章　全球营销——经济全球化时代的营销新模式
第1节　经济发展方式转变与全球营销
第2节　全球营销的战略思考
第3节　全球营销策略
案例　青岛啤酒的全球营销
参考文献

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