<<市场营销原理与实务>>

图书基本信息

书名：<<市场营销原理与实务>>

13位ISBN编号：9787300149714

10位ISBN编号：7300149715

出版时间：2011-12

出版时间：中国人民大学出版社

作者：王枝茂 主编

页数：217

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>

<<市场营销原理与实务>>

内容概要

《市场营销原理与实务》以市场营销基本原理的介绍为主线，系统地阐述了市场营销的基本知识和基本策略，包括市场营销概论、市场营销环境分析、消费者市场与购买行为分析、市场营销研究与需求测量、目标市场营销战略、产品策略、价格策略、分销策略等内容。同时，本教材还注重技能的培养，坚持以能力为本位，每一节内容都配有实务案例方便课堂教学与实践。

<<市场营销原理与实务>>

书籍目录

第一章 市场营销概论

- 第一节 市场营销的核心概念
 - 第二节 市场营销观念的演变
 - 第三节 市场营销观念的创新与发展
 - 第四节 市场营销的重要性
- 思考与练习

第二章 市场营销环境分析

- 第一节 市场营销环境概述
 - 第二节 市场营销微观环境
 - 第三节 市场营销宏观环境
- 思考与练习

第三章 消费者市场与购买行为分析

- 第一节 消费者市场与消费者的购买行为模式
 - 第二节 影响消费者购买行为的因素
 - 第三节 消费者的购买决策过程
- 思考与练习

第四章 市场营销研究与需求测量

- 第一节 市场营销信息系统
 - 第二节 市场营销研究
 - 第三节 市场需求测量
- 思考与练习

第五章 目标市场营销战略

- 第一节 市场细分
 - 第二节 目标市场的选择
 - 第三节 市场定位
- 思考与练习

第六章 产品策略

- 第一节 产品的概念
 - 第二节 产品组合策略
 - 第三节 品牌策略
 - 第四节 包装策略
 - 第五节 产品生命周期
 - 第六节 新产品开发
- 思考与练习

第七章 价格策略

- 第一节 产品定价程序
 - 第二节 影响定价的主要因素
 - 第三节 定价目标
 - 第四节 定价方法
 - 第五节 定价策略
- 思考与练习

第八章 分销策略

- 第一节 分销渠道的结构和类型
- 第二节 分销渠道的选择和管理
- 第三节 批发商和零售商

<<市场营销原理与实务>>

第四节 实体分配

思考与练习

第九章 促销策略

第一节 促销与促销组合

第二节 人员推销

第三节 广告

第四节 营业推广

第五节 公共关系

思考与练习

第十章 市场营销组织、计划与控制

第一节 市场营销组织

第二节 市场营销计划

第三节 市场营销控制

思考与练习

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>