

<<市场营销学基础>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学基础>>

13位ISBN编号：9787300152851

10位ISBN编号：7300152856

出版时间：2012-4

出版时间：中国人民大学出版社

作者：佩罗 等著，孙瑾 改编

页数：534

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>

<<市场营销学基础>>

内容概要

《工商管理经典教材·市场营销系列：市场营销学基础（英文版）（第18版）》是一部广为流行的关于营销战略规划的基础营销学教材，它将营销学的最佳理念科学合理地组织起来，使读者既便于理解又易于使用。

《工商管理经典教材·市场营销系列：市场营销学基础（英文版）（第18版）》以4P框架、管理定位和战略规划为三大支柱涵盖了市场营销学的主要内容，并吸取了市场营销领域的最新研究成果。

面对快速变化的全球市场、环境提出的挑战及其可持续性以及技术的飞速发展，本书着眼于增强读者的分析能力和实施技能，提高读者的“营销敏感性”，使读者能够运用所学开发营销计划。

精心整合相关主题内容，如营销关系、跨国营销、服务营销、数字生活、营销伦理等，上述主题贯穿全书、相互融合例证，强调了营销思想在社会经济中的重要作用。

《工商管理经典教材·市场营销系列：市场营销学基础（英文版）（第18版）》配套中文版已推出，供读者参照阅读。

<<市场营销学基础>>

作者简介

小威廉·D·佩罗 (William D.Perreault, Jr.) 北卡罗来纳大学教授。曾荣获美国市场营销协会“卓越教育家奖”和市场营销科学学会“杰出教育家奖”。因其在营销研究领域的突出贡献，曾获Churchill奖。任Journal of Marketing Research主编。

曾任美国市场营销协会学术委员会主席，并连续两届担任美国市场营销协会理事会理事。还担任美国人口普查局顾问委员会主席、美国市场营销科学学会理事以及决策科学协会理事。在通用电气、IBM、联邦贸易委员会和委内瑞拉教育部做过顾问。

约瑟夫·P·坎农 (Joseph PCannon) 科罗拉多州立大学营销学副教授。担任Journal of Marketing和Journal of Academy of Marketing编审委员会成员。曾担任美国市场营销协会跨组织特殊兴趣小组 (IOSIG) 主席3年。曾在柯达公司的销售和营销部门工作6年。E.杰罗姆·麦卡锡 (E.Jerome McCarthy) 于明尼苏达大学获得博士学位，曾在俄勒冈大学、圣母玛利亚大学和密歇根州立大学执教。1987年，获美国市场营销协会“开拓者奖”并被营销教育工作者选为五大营销思想领袖之一。长期从事教学及配套材料的开发，撰写了许多学术论文和专著，并长期担任多家公司的顾问。

孙瑾，北京大学光华管理学院管理学博士，对外经济贸易大学国际商学院副教授、硕士生导师。主要研究领域为服务营销、消费者行为、营销战略以及跨文化研究。主持国家自然科学基金项目、教育部人文社会科学研究项目各1项。研究成果发表于Journal of International Marketing、《营销科学学报》、《南开管理评论》等学术期刊。多次荣获JMS中国营销科学学术年会优秀论文奖。2007年获国务院发展研究中心发展研究奖学金。

<<市场营销学基础>>

书籍目录

- 第1章 营销对消费者、公司和社会的价值
 - 第2章 市场营销战略的制定
 - 第3章 评估变化市场环境中的机会
 - 第4章 用市场细分及定位来聚焦营销战略
 - 第5章 最终消费者及其购买行为
 - 第6章 企业和机构消费者及其购买行为
 - 第7章 通过营销信息改进决策
 - 第8章 商品和服务的产品规划要素
 - 第9章 产品管理与新产品开发
 - 第10章 地点及渠道系统的设计
 - 第11章 零售商、批发商及其战略规划
 - 第12章 促销——整合营销沟通介绍
 - 第13章 个人销售与客户服务
 - 第14章 广告、宣传和促销活动
 - 第15章 定价目标与策略
 - 第16章 商业环境中的定价
 - 第17章 执行与控制营销计划——进化与革命
 - 第18章 管理营销和其他功能区的联系
 - 第19章 在消费者导向的世界里从事符合道德规范的营销：评估和挑战
- 词汇表

<<市场营销学基础>>

编辑推荐

《市场营销学基础》(作者小威廉·D·佩罗、约瑟夫·P·坎农、E·杰罗姆·麦卡锡)开创性地提出一种新结构——使用4P管理工具，出版以后很快就成为最广泛应用的商业教材之一，它把营销的最佳理念很好地组织起来，使读者既便于理解又易于使用。

《市场营销学基础(英文版第18版工商管理经典教材)》是其第18次出版，并由中国人民大学出版社首次在国内推出英文改编版。

<<市场营销学基础>>

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>