第一图书网, tushu007.com

<<营销学原理>>

图书基本信息

书名：<<营销学原理>>

13位ISBN编号：9787301126608

10位ISBN编号：7301126603

出版时间：2007-8

出版时间：北京大学出版社

作者：吴长顺

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

内容概要

本书是一本论述企业营销学的著作。
全书分为十六章：第一章，营销的基本概念；第二章，营销规划；第三章，宏观营销环境；第四章，营销信息系统与营销研究；第五章，消费品市场；第六章，工业品市场；第七章，目标市场与市场定位；第八章，产品策略；第九章，新产品开发与产品市场生命周期；第十章，定价策略；第十一章，分销渠道；第十二章，零售、批发和物流管理；第十三章，整合营销传播；第十四章，广告、市场推广与公共关系；第十五章，人员推销。
　本书内容全面、论述清晰、文笔简练流畅、时代性强、实用性高，可作为大中专院校及各类职业高校的经济与管理专业或其他专业学修营销学课程的通用教材。
本书对各类企业的营销人员及管理人员的实际工作有参考价值，因而亦可作为各类培训的教材。

<<营销学原理>>

书籍目录

第一章　营销的基本概念 第一节　营销的定义　一、需要、欲望和需求　二、产品　三、价值、满意和质量　四、交换、交易和关系　五、市场　六、顾客资产管理　七、体验营销 第二节　营销观念的演进　一、营销观念的含义　二、以企业内部为中心的传统营销观念阶段　三、以企业外部为中心的现代营销观念阶段 第三节　营销管理　一、营销管理的任务　二、营销管理的过程 第四节　非营利性营销　一、非营利营销的类型　二、非营利与营利导向的营销 第五节　营销学的研究对象与方法　一、营销学的研究对象　二、营销学的研究方法 本章复习思考题第二章　营销规划 第一节　营销规划　一、营销规划的阶段　二、营销计划 第二节　销售预测　一、定性预测方法　二、定量预测方法 本章复习思考题第三章　宏观营销环境 第一节　宏观营销环境的重要性 第二节　宏观营销环境的内容　一、人口环境　二、竞争环境　三、经济环境　四、科技环境　五、政治法律环境　六、社会文化环境 本章复习思考题第四章　营销信息系统与营销研究 第一节　营销信息系统　一、营销信息系统的角色　二、营销信息系统的内容 第二节　营销研究　一、营销研究的角色　二、营销研究的过程 本章复习思考题第五章　消费品市场 第一节　消费者的购买决策　一、购买角色　二、购买决策过程 第二节　影响消费者行为的因素　一、文化因素　二、社会因素　三、个人因素 本章复习思考题第六章　工业品市场 第一节 工业品市场的类别与特性　一、工业品采购者的分类　二、工业品市场的特性 第二节　工业品购买角色与类型　一、工业品购买的角色　……第七章　目标市场与市场定位第八章　产品策略第九章　新产品开发与产品市场生命周期第十章　定价策略第十一章　分销渠道第十二章　零售、批发和物流管理第十三章　整合营销传播第十四章　广告、市场推广与公共关系第十五章　人员推销参考文献

章节摘录

营销战略包括目标市场选择、市场定位设计。

1 目标市场的选择。

在营销目标确定后，按着应考虑要争取哪一部分的市场（或顾客群体），也即要选择哪一个或哪几个市场作为企业未来某期间内想要全力去占领、真心去服务的市场，这些市场称之为目标市场或目标顾客群体。

为了选择目标市场，须先将市场加以细分。

在一般情况下，任何一个企业都无法为市场中的所有顾客提供满意的服务，因为顾客的人数可能太多，分布过广，或购买行为的差异过大，而无法对所有的顾客部提供有效率的服务。

因此必须按照人口统计变数、地理变数、心理变数、行为变数等（对消费品市场而言），或顾客规模、使用率、地理位置、组织结构、购买阶段、产品用途等（对工业品市场而言）细分因素作为市场细分化的标准，将一个异质性的大市场细分成若干比较同质性的小市场，然后从这些较具同质性的小市场中找出较具吸引力且能有效服务的一个或若干部分作为目标市场。

2 市场定位设计。

根据目标市场的需要以及竞争者在目标市场顾客心目中的形象，企业应选定一个有利的竞争性定位，也即决定对目标市场提供什么独特的利益或价值，使目标市场的消费者愿意来购买本公司的产品或品牌而非购买竞争对手的产品或品牌，或惠顾本公司的商店而非惠顾竞争对手的商店。

良好的定位应具有独特性，使与竞争者具有真正的差别，同时要具有吸引力和竞争力。

市场定位要对目标市场具有足够的吸引力，所提供的利益要能真正满足或切合目标市场的需要，打动顾客的心、抓住顾客的心。

而且，本公司提供给目标市场的消费价值还要比竞争者提供给目标市场的消费价值更其吸引力，即本公司的定位要比竞争对手的市场定位更受到目标市场的喜爱。

……

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