第一图书网, tushu007.com

# <<现代市场营销学教程>>

## 图书基本信息

书名：<<现代市场营销学教程>>

13位ISBN编号：9787302099512

10位ISBN编号：7302099510

出版时间：2005-1-1

出版时间：清华大学出版社

作者：唐德才

页数：306

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

作者在传统营销理论架构的基础上融入营销研究和实战的新成果，使学生在掌握市场营销基本原理和方法的同时也能把握市场营销学发展的趋势，从而培养学生解决和分析市场营销实际问题的能力。本书理论联系实际，介绍理论的同时注重案例分析，内容富有启发性，易于教学。

本书适用于高等院校管理类专业本科生、研究生、MBA学生及其他对此感兴趣的读者。

另外，本书免费提供Powerpoint幻灯片讲义。

## 作者简介

唐德才，东南大学经济管理学院事教授，管理科学与工程专业博士。
从事市场营销的研究十多年，与人合著《营销管理》、《管理策划与沟通》等5部教材。
曾为多家企业或单位做过营销策划，主研或参研多项省部级科研项目。

# <<现代市场营销学教程>>

## 书籍目录

第1章 现代市场营销导论 开篇案例 第1节 市场营销基本概念及其研究对象 第2节 营销活动的运作体系 第3节 市场营销导向观念的演变 巩固性案例 思考题 第2章 市场环境分析 开篇案例 第1节 市场营销环境总体分析 第2节 市场环境SWOT分析法 第3节 竞争分析与竞争策略 第4节 营销道德和企业的社会责任 巩固性案例 思考题 第3章 消费者行为分析 开篇案例 第1节 消费者市场及特点 第2节 市场购买行为分析 第3节 客户关系管理 巩固性案例 思考题 第4章 市场营销信息系统与市场预测方 开篇案例 第1节 企业营销与信息 第2节 市场营销信息系统 第3节 市场预测 巩固性案例 思考题 第5章 市场细分与目标市场定位战略 开篇案例 第1节 市场细分 第2节 目标市场策略 第3节 市场定位 巩固性案例 思考题 第6章 产品策略 开篇案例 第1节 产品的营销概念 第2节 产品的生命周期分析 第 产品组合策略 第4节 新产品开发策略 第5节 品牌、商标与包装策略 第6节 服务营销 巩固性案例 考题第7章 定价策略 开篇案例 第1节 影响企业定价的因素 第2节 定价的程序 第3节 定价的方法 第4节 定价的策略 第5节 价格变化的技巧 巩固性案例 思考题 第8章 营销渠道与物流管理 开篇案例 节 营销渠道的概述 第2节 营销渠道的环节 第3节 营销渠道的设计与成员管理 第4节 渠道冲突与控制 第5节 物流管理基础 巩固性案例 思考题第9章 促销策略 开篇案例 第1节 促销的本质与目的 第2节 促销组合 第3节 促销预算 巩固性案例 思考题 第10章 市场营销计划、组织与控制 开篇案例 第1节 场营销计划 第2节 营销部门的组织 第3节 市场营销控制 巩固性案例 思考题第11章 市场营销新潮流 开篇案例 第1节 网络营销 第2节 关系营销 第3节 循环经济与国际营销发展策略 巩固性案例 思考 第12章 国际市场营销战略 开篇案例 第1节 国际市场营销的概念与特点 第2节 国际市场营销环境中的 策略评估 第3节 国际市场营销环境分析 第4节 确定国际营销战略 第5节 国际市场营销组合 巩固性案例 思考题 参考文献

## 编辑推荐

体系，新颖，营销研究，实践，新成果，现代市场营销理论和实践，最新动态，引例和巩固性案例，富有启发性。

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