

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787302142645

10位ISBN编号：7302142645

出版时间：2007-1

出版时间：清华大学出版社

作者：李怀斌

页数：394

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>>

内容概要

本书是辽宁省精品课程系列的配套教材，全书内容按照营销各个部分的逻辑关系分为六部分十四章，其中第一部分和第二部分从整体和基础的角度，概述了营销与营销管理的特征和任务、营销流程和导向、营销的目标以及营销的调研和策划等；第三部分从逆向营销的视角，以市场和客户为中心，分层次分析了营销环境和市场购买者；第四部分和第五部分从对策的角度，在明确环境与市场要求的基础上，有针对性地介绍了适应环境和争取市场的具体的营销战略与营销组合策略；第六部分从全程动态监控的角度，简述了对市场营销进行组织和控制的管理实务。

本书可供大专院校相关专业的师生教学使用，也可作为广大企业培训和经营管理人员自修提高的参考书。

<<市场营销学>>

书籍目录

第一部分 市场营销概述第一章 市场营销和营销导向本章内容提示第一节 市场营销的学科性质与发展简史第二节 市场营销的含义、特征和相关概念第三节 市场营销的导向和确立第四节 市场营销的管理任务和流程本章小结前沿动态 市场营销的新趋势和新课题相关案例 发掘需求 创造市场复习思考题第二章 顾客满意和关系营销本章内容提示第一节 顾客价值的实现第二节 顾客满意和忠诚测度第三节 顾客关系的建立和发展本章小结前沿动态 关系营销的中西比较相关案例 麦当劳传奇汉堡McRib退市告别秀复习思考题第二部分 市场营销调研与策划第三章 市场营销调研本章内容提示第一节 市场营销调研概述第二节 市场调查的方法第三节 市场预测技术本章小结前沿动态 网络调查相关案例 市场调研的失误复习思考题第四章 市场营销策划本章内容提示第一节 市场营销策划概述第二节 现有业务组合策划第三节 新业务发展策划本章小结前沿动态 麦肯锡与波士顿的较量相关案例 奥克斯“豪赌”米卢复习思考题第三部分 市场营销的环境与市场第五章 市场营销环境扫描本章内容提示第一节 营销环境概述第二节 营销环境因素分析第三节 营销环境分析的方法本章小结前沿动态 企业面临的挑战和机遇相关案例 幸福生活——上海通用紧凑型凯越旅行车复习思考题第六章 市场与购买者行为本章内容提示...第四部分 市场竞争与目标市场战略第七章 竞争者分析与竞争战略第八章 目标市场营销战略第五部分 市场营销组合策略第九章 产品营销第十章 价格决策第十一章 分销渠道与物流第十二章 整合营销传播策略第六部分 市场营销的组织和控制第十三章 市场营销的组织第十四章 市场营销的控制参考文献

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>