

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787302288886

10位ISBN编号：7302288887

出版时间：2012-5

出版时间：清华大学出版社

作者：李怀斌 编

页数：425

字数：634000

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

《21世纪经济管理规划教材·辽宁省精品课程配套教材：市场营销学（第2版）》按照市场营销理论的逻辑关系和营销实践的业务流程，把全书内容精缩概括为6个部分15章。

《21世纪经济管理规划教材·辽宁省精品课程配套教材：市场营销学（第2版）》既有对营销一般原理的理论阐述，又有具体可行的实际操作介绍。

另外，为了反映营销理论和实践的发展、开阔视野和便于学生学习，我们在各章前增加了全章内容提示，在各章中添加了阅读参考材料，在各章后做了本章小结、前沿动态介绍、相关案例简析和复习思考题。

通过这些结构安排，力求形成《21世纪经济管理规划教材·辽宁省精品课程配套教材：市场营销学（第2版）》“简约、规范、科学，基本概念清楚，原理阐释有层次，方法和策略实用”的高校精品课教材品位和特色。

本书是辽宁省精品课程配套教材，可供大专院校相关专业的师生教学使用，也可作为广大企业内部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

一、市场营销的学科性质

一、国外市场营销的演进

三、国内市场营销的发展

第二节 市场营销的含义和相关概念

一、市场营销的含义

二、市场营销的特征

三、市场营销的相关概念

第三节 市场营销的导向和确立

一、市场营销导向的含义

一、市场营销导向的类型

三、现代市场营销导向的确立

第四节 市场营销的管理任务和流程

一、市场营销管理的职能

二、市场营销的管理任务

三、市场营销管理的过程

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

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

一、顾客让渡价值的含义

一、顾客让渡价值的构成

三、顾客让渡价值的实现

第二节 顾客满意和忠诚测度

一、顾客满意的含义

一、顾客满意度的衡量方法

三、顾客忠诚及其衡量方法

第三节 顾客关系的建立和发展

一、顾客吸引与维系

一、顾客关系营销

三、顾客营利性分析

本章小结

前沿动态：关系营销的中西比较

相关案例：漫谈iPhone4的“饥饿营销”

复习思考

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

<<市场营销学>>

一、市场营销调研及其功能

一、市场营销调研基本程序

三、市场营销调研方案设计

四、市场营销信息系统构成

第二节 市场调查的方法

一、抽样调查法

一、问卷调查法

三、访问调查法

四、其他调查方法

第三节 市场预测技术

一、市场预测的功能与种类

二、市场定性预测方法

三、市场定量预测方法

四、市场需求及其测量

本章小结

前沿动态：网络调查

相关案例：市场调研的失误

.....

第三部分 市场营销的环境与市场

第四部分 市场竞争与目标市场战略

第五部分 市场营销组合策略

第六部分 市场营销的组织和控制

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>