

<<现代实用市场学>>

图书基本信息

书名：<<现代实用市场学>>

13位ISBN编号：9787309017182

10位ISBN编号：7309017188

出版时间：1996-09

出版时间：复旦大学出版社

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>

<<现代实用市场学>>

内容概要

## <<现代实用市场学>>

### 书籍目录

#### 目录

#### 第一章 导论

##### 第一节 市场学的由来和发展

##### 第二节 市场学的基本内容

##### 第三节 市场学的研究方法

##### 第四节 市场营销观念

##### 第五节 市场营销环境

##### 复习思考题

#### 第二章 市场调研和市场预测

##### 第一节 市场调研的必要性和内容

##### 第二节 市场调研的步骤和方法

##### 第三节 市场预测概述

##### 第四节 市场需求预测

##### 复习思考题

#### 第三章 市场细分

##### 第一节 市场细分的概念和作用

##### 第二节 市场细分的依据

##### 第三节 市场细分的步骤

##### 复习思考题

#### 第四章 选择目标市场

##### 第一节 选择目标市场的意义

##### 第二节 选择目标市场的条件和过程

##### 第三节 选择目标市场类型

##### 第四节 选择目标市场策略

##### 复习思考题

#### 第五章 市场定位

##### 第一节 市场定位的概念

##### 第二节 产品定位

##### 第三节 企业形象设计

##### 复习思考题

#### 第六章 消费者市场和消费者行为

##### 第一节 消费者市场的特点

##### 第二节 消费者的动机和行为

##### 第三节 影响消费者行为的基本因素

##### 第四节 购买者决策过程的阶段

##### 复习思考题

#### 第七章 市场营销战略和策略

##### 第一节 市场营销战略的重要性

##### 第二节 市场营销战略规划的制定

##### 第三节 市场营销战略和策略

##### 第四节 市场营销组合策略

##### 复习思考题

#### 第八章 产品策略

##### 第一节 产品概念和产品分类

##### 第二节 产品市场寿命周期分析和产品组合策略

## <<现代实用市场学>>

第三节 产品包装装潢和品牌

第四节 新产品的市场开发

复习思考题

第九章 订价策略

第一节 订价的基本概念

第二节 订价应考虑的因素

第三节 订价目标和方法

第四节 订价策略

复习思考题

第十章 销售渠道策略

第一节 销售渠道概述

第二节 销售渠道的中间环节

第三节 销售渠道选择策略

第四节 商品实体流通

复习思考题

第十一章 促进销售策略

第一节 促销组合策略

第二节 广告策略

第三节 人员推销

第四节 营业推广

复习思考题

第十二章 公共关系

第一节 公共关系在市场营销中的地位和作用

第二节 市场营销中企业形象的塑造

第三节 市场营销中的公共关系的协调

第四节 市场营销中传播效果的运用

复习思考题

第十三章 权力营销

第一节 权力营销概述

第二节 守门人理论：权力与决策

第三节 行政权力与行政渠道

第四节 政府市场和社会集团消费

第五节 权力营销与权力寻租

复习思考题

第十四章 国际市场营销

第一节 国际市场营销的意义和特点

第二节 国际市场营销环境

第三节 国际市场开发和经营方式

第四节 国际市场营销组合策略

复习思考题

附录：英汉市场学词汇

<<现代实用市场学>>

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>