

<<现代市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<现代市场营销学>>

13位ISBN编号：9787509614914

10位ISBN编号：7509614910

出版时间：2011-6

出版时间：经济管理出版社

作者：谢少安 编

页数：309

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>

## <<现代市场营销学>>

### 内容概要

由谢少安主编的《现代市场营销学》力图反映国内外市场理论研究的新成果和实践探索的新经验，引入了关系营销、顾问营销、网络营销、整合营销等新的营销观念和策略，并融合到相关的产品策略、价格策略、分销策略和促销策略之中，形成了现代市场营销理论体系和内容框架。

## <<现代市场营销学>>

### 书籍目录

#### 第一章 导论

##### 第一节 市场与市场营销

##### 第二节 市场营销观念的演进

##### 第三节 市场营销管理

##### 第四节 市场营销学的发展历程

#### 第二章 市场营销环境

##### 第一节 市场营销环境概述

##### 第二节 微观环境分析

##### 第三节 宏观环境分析

#### 第三章 购买行为分析

##### 第一节 消费者购买行为分析

##### 第二节 组织者购买行为分析

#### 第四章 企业战略规划

##### 第一节 企业战略与战略机会

##### 第二节 企业总体战略规划

##### 第三节 企业经营战略规划

##### 第四节 企业营销管理过程

##### 第五节 市场营销管理系统

#### 第五章 目标市场营销

##### 第一节 市场细分

##### 第二节 目标市场选择策略

##### 第三节 市场定位

#### 第六章 产品策略

##### 第一节 产品概述

##### 第二节 产品组合

##### 第三节 产品品牌策略

##### 第四节 包装策略

##### 第五节 产品生命周期

##### 第六节 新产品开发策略

#### 第七章 价格策略

##### 第一节 价格原理

##### 第二节 价格决策流程

##### 第三节 产品定价策略

##### 第四节 价格调整策略

#### 第八章 分销渠道策略

##### 第一节 分销渠道及结构

##### 第二节 批发商与零售商

##### 第三节 分销渠道设计策略

##### 第四节 分销渠道管理策略

##### 第五节 产品实体分配策略

#### 第九章 促销策略

##### 第一节 促销概述

##### 第二节 人员推销策略

##### 第三节 广告策略

##### 第四节 营业推广策略

<<现代市场营销学>>

第五节 公共关系策略

第十章 市场营销的创新与发展

第一节 市场营销理论的创新与发展

第二节 市场营销实践的创新与发展

参考书目

<<现代市场营销学>>

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>