

<<新编市场营销教程>>

图书基本信息

书名：<<新编市场营销教程>>

13位ISBN编号：9787512102200

10位ISBN编号：7512102208

出版时间：2010-8

出版时间：北京交通大学出版社

作者：余源，潘俊 编

页数：216

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>

## <<新编市场营销教程>>

### 内容概要

《全国高职高专教育精品规划教材：新编市场营销教程》共11章，主要内容包括：市场营销学导论、市场需求与市场营销、市场营销环境、购买者行为、市场营销调研、市场营销战略、产品策略、定价策略、渠道策略、促销策略、营销管理。

《全国高职高专教育精品规划教材：新编市场营销教程》设计了内容提要、开篇案例、课后阅读、视野拓展等项目，构建了相对完整的市场营销理论及实训体系，回归了以培养学生实际应用能力为主线的高职高专教育本位，突出强调学生学习的积极性和思考的主动性，体现了教材定位、规划、设计与编写等方面的职业教育教学改革示范性。

《全国高职高专教育精品规划教材：新编市场营销教程》适合高职高专院校市场营销专业及相关专业选用。

<<新编市场营销教程>>

书籍目录

第一章 市场营销学导论开篇案例第一节 市场营销学的性质、特点与研究对象一、市场营销学与经济学、管理学二、市场营销学的特点三、市场营销学的研究对象第二节 市场营销学的研究内容与学科体系一、市场营销学的研究内容二、市场营销学的学科体系第三节 市场营销学的研究方法一、宏观分析与微观分析相结合的方法二、规范分析与实证分析相结合的方法三、系统分析法第四节 市场营销学的产生与发展一、萌芽阶段（20世纪初-20世纪20年代）二、发展阶段（20世纪20年代1945年）三、变革阶段（1946年20世纪70年代）四、分化与扩展阶段（20世纪80年代以来）第五节 市场营销学在中国一、市场营销学在中国的传播二、学习市场营销学的重大意义三、学习市场营销学的方法课后阅读视野拓展思考题第二章 市场需求与市场营销开篇案例第一节 市场的功能与构成要素一、市场的功能二、市场的构成与特征第二节 市场营销的含义与作用一、市场营销的含义二、市场营销与推销、销售促进的区别三、市场营销的特点第三节 企业营销观念一、三种旧观念二、营销观念三、社会营销观念课后阅读视野拓展思考题第三章 市场营销环境开篇案例第一节 市场营销环境的含义和意义一、市场营销环境的含义二、市场营销环境的特征第二节 微观营销环境分析一、企业内部二、供应商三、营销中介四、顾客五、竞争者六、公众第三节 宏观营销环境一、人口环境二、经济环境三、政治法律环境四、社会文化环境五、自然环境六、科学技术环境第四节 市场营销环境分析与对策一、环境威胁与市场机会二、威胁与机会的分析和评价三、企业营销对策课后阅读视野拓展思考题第四章 购买者行为开篇案例.....第五章 市场营销调研第六章 市场营销战略第七章 产品策略第八章 定价策略第九章 渠道策略第十章 促销策略第十一章 营销管理参考文献

## &lt;&lt;新编市场营销教程&gt;&gt;

## 章节摘录

第一节市场营销学的性质、特点与研究对象 一、市场营销学与经济学、管理学市场营销学自20世纪初产生以来,经过不断完善和发展,今天已经发展成为一门特色鲜明的管理学学科,已不再是经济学的一个分支学科。

首先,经济学作为揭示社会运用稀缺性资源、有效地创造并分配财富的一门学科,它所要解决的主要问题是:生产什么,生产多少,为谁生产;核心是提高社会资源配置的经济效益。而市场营销学作为研究经济主体认识、发现并满足消费者需求的一门学科,它所要解决的主要问题是:用最有效的方法,最大限度地满足人类的需要和欲望;核心的问题是企业产品或价值的交换。其次,经济学研究问题更侧重于抽象分析,通过一系列的理论假设,分析出社会财富生产和分配中的各种经济利益关系。

市场营销学主要依靠实证分析法,通常在大量企业营销案例的基础上,对满足人类需要和欲望的最有效的方法、策略和技巧作出分析。

再次,进入20世纪60年代以来,市场营销学与管理学的融合日益显著,管理学的分析方法、工具已被广泛地运用于市场营销学的研究之中。

组织、目标、计划、战略、决策等管理学的基本概念,在市场营销学著作中随处可见。

因此,今天的营销学著作看上去更像管理学著作。

总之,市场营销学从经济学母学科中脱胎以后,更多地吸收了心理学、哲学、社会学、人类学、管理学、军事学等学科的优秀研究成果,终于发展成为一门建立在经济科学、行为科学和现代管理理论等多学科基础之上的应用学科。

对此,著名营销大师菲利普·科特勒总结道:“营销学的父亲是经济学,其母亲是行为科学;数学是营销学的祖父,哲学是营销学的祖母。

”  
.....

<<新编市场营销教程>>

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>