

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787514102574

10位ISBN编号：7514102574

出版时间：2011-2

出版时间：经济科学出版社

作者：王学军 编

页数：367

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

本书根据营销实践教学的特点，以理论难度适中、体系健全为原则，在内容上进行必要的整合，以最大限度地发挥学生的潜能。

以培养学生应用能力为目的，在学生掌握最基本的市场营销学理论的基础上，着力培养学生应用市场营销学的基本知识和基本原理去分析、解决实际问题的能力。

在完整的理论框架下，加入了复习思考题以及案例分析题。

习题难度适中、典型性强、灵活多变，以帮助学生对所知识的理解、消化。

充分吸收了本学科海内外最新教科书、最新科研成果和最新营销实践经验、举措、案例。

增加导入案例、课后案例分析，以强化理论与实践的结合、强化课堂学习与课后思考的结合。

本教材以生动的案例为引子，以问题为导向，以热点为话题，以前沿理论为切口，具有充实、丰富的信息资源，赋予单调的理论以生动的活力。

<<市场营销学>>

书籍目录

第一章 市场营销学概论

【案例导入】星巴克的经营之道

第一节 市场和市场营销

第二节 市场营销学的产生和发展

第三节 市场营销学的相关理论及内容

第四节 研究市场营销学的意义和方法

第五节 市场营销道德

复习与思考题

第二章 市场营销管理哲学

【案例导入】三井高利的布商生意

第一节 市场营销管理哲学及其演进

第二节 顾客满意

复习与思考题

第三章 市场营销战略

【案例导入】沃尔玛的经营理念

第一节 市场营销战略概述

第二节 市场营销战略的制定

第三节 市场营销竞争战略分析

复习与思考题

第四章 市场营销环境

【案例导入】可口可乐的本土化营销

第一节 市场营销环境概述

第二节 微观市场营销环境

第三节 宏观市场营销环境

第四节 市场营销环境分析与对策

复习与思考题

第五章 市场购买行为分析

【案例导入】科龙儿童冰箱

第一节 消费者市场购买行为分析

第二节 组织市场购买行为分析

复习与思考题

第六章 市场营销调研与预测

【案例导入】可口可乐一次不成功的市场调查

第一节 市场营销信息系统

第二节 市场营销调研

第三节 市场营销预测

复习与思考题

第七章 目标市场营销战略

【案例导入】海尔开发的“坦克冰箱”在日本受宠

第一节 市场细分

第二节 目标市场选择

第三节 市场定位

复习与思考题

第八章 产品策略

【案例导入】随身听畅想曲：索尼

<<市场营销学>>

第一节 产品与产品组合

第二节 产品生命周期策略

第三节 新产品开发策略

第四节 品牌与包装策略

复习与思考题

第九章 定价策略

【案例导入】斯沃琪：每天一个新变化

第一节 影响定价的因素

第二节 定价方法

第三节 定价策略

第四节 价格变动反应与价格调整

复习与思考题

第十章 分销策略

【案例导入】戴尔：网上直销先锋

第一节 分销渠道概述

第二节 分销渠道策略

第三节 批发商与零售商

第四节 物流管理

复习与思考题

第十一章 促销策略

【案例导入】奥巴马的胜利是营销传播的胜利

第一节 促销和促销组合

第二节 人员推销策略

第三节 广告策略

第四节 公共关系策略

第五节 营业推广策略

复习与思考题

第十二章 市场营销计划、组织和控制

【案例导入】“雕牌”的营销控制

第一节 市场营销计划

第二节 市场营销组织

第三节 市场营销控制

复习与思考题

第十三章 市场营销策划

【案例导入】东京贸易公司订票秘书的营销策划之道

第一节 市场营销策划概述

第二节 市场营销策划程序

第三节 市场营销策划创意

复习与思考题

第十四章 市场营销的新领域与新概念

【案例导入】上海航空公司的“常旅客计划”

第一节 绿色营销

第二节 整合营销

第三节 关系营销

第四节 网络营销

第五节 知识与营销创新

第六节 市场营销新理念

<<市场营销学>>

复习与思考题
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>