

<<市场营销理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<市场营销理论与实务>>

13位ISBN编号：9787542908650

10位ISBN编号：7542908650

出版时间：2001-4

出版时间：

作者：陆剑清

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>

## <<市场营销理论与实务>>

### 内容概要

参照西方国家营销学的教材体系，并结合我国营销理论的发展实际，本书在结构内容上安排如下：第一章市场营销导论，概要阐述市场营销学的基本原理、核心概念以及发展历程；第二章营销中的消费需求与结合，着重论述消费需要与消费结构这一对最基本的营销学概念，通过深入分析消费要与消费结构的基本含义、影响因素、宏观趋势、变化特征及其相关理论，对于切实理解与掌握市场营销学起到了重要的铺垫作用；第三章营销中的消费心理，主要介绍了消费者的需要、动机、知觉、个性、学习等消费心理活动规律及其在市场营销中的应用；第四章营销中的消费行为，主要从宏观、中观、微观3个层面上系统分析消费者购买行为，并提出了相应的理论与模式；第五章营销中的社会文化，在探讨社会文化基本概念的基础上，着重论述了社会文化在影响消费者行为方面所起的任用、内在机制及其相应的营销战略；第六章产品演进与竞争战略，详细介绍了产品生命周期的概念、战略及其理论，并中介绍了市场调查的基本原理以及肖预测的主要方法；第八章市场分析与营销策略；第九章营销中的人员推销，系统论述了人员推销的理论、模式、特征、作用、步骤、心理素质以及应用技巧，并对关系营销的新发展进行了评述；第十章知识与营销创新，着重对知识经济条件下当前营销创新的发展潮流进行了全方位展望；第十一章经济全球化与全球营销战略，深入探讨了经济全球化的发展趋势及其对跨国投资乃至营销战略格局的探远影响。

本书在撰写过程中，努力贯彻“精、特、新、实”的写作理念，即力求做到“营销内容精干、心理特色鲜明、紧跟研究前沿、能够致用”，并希望能在建立具有中国特色的市场营销学科理论系方面作一有益的尝试与探索。

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>