

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787542927200

10位ISBN编号：7542927205

出版时间：2011-3

出版时间：立信会计出版社

作者：王中亮 著

页数：440

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

《普通高等教育“十一五”国家级规划教材：市场营销学》共分14章，主要由营销观念、市场分析、营销策略、营销管理等内容构成。

## &lt;&lt;市场营销学&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 市场营销学概述第一节 市场营销学的产生和发展第二节 市场营销学的研究对象和内容第三节 企业经营观念本章小结复习思考题第二章 市场和市场营销环境第一节 市场的含义和分类第二节 市场营销环境分析第三节 微观营销环境第四节 宏观营销环境本章小结复习思考题第三章 购买者行为分析第一节 消费者市场和购买行为分析第二节 影响消费者购买行为的主要因素第三节 消费者购买决策过程第四节 组织市场和购买行为分析本章小结复习思考题第四章 营销调研和市场预测第一节 市场营销信息系统第二节 市场营销调研第三节 市场预测本章小结复习思考题第五章 企业战略规划和营销管理第一节 企业战略概述第二节 企业战略规划第三节 竞争战略第四节 市场营销管理第五节 市场营销组合本章小结复习思考题第六章 市场细分和目标市场选择第一节 市场细分第二节 目标市场选择第三节 市场定位本章小结复习思考题第七章 产品策略第一节 产品概念和产品分类第二节 产品组合第三节 产品市场生命周期第四节 新产品开发第五节 品牌第六节 包装本章小结复习思考题第八章 价格策略第一节 影响定价的主要因素第二节 定价方法第三节 定价策略第四节 价格调整本章小结复习思考题第九章 分销策略第一节 分销渠道概述第二节 分销渠道的选择和管理第三节 中间商第四节 物流管理本章小结复习思考题第十章 促销策略第一节 促销和促销组合第二节 人员推销第三节 广告第四节 营业推广第五节 公共关系本章小结复习思考题第十一章 市场营销组织和控制第一节 市场营销计划第二节 市场营销组织第三节 市场营销控制本章小结复习思考题第十二章 国际市场营销第一节 国际市场营销概述第二节 国际目标市场选择第三节 国际市场的进入方式第四节 国际市场营销策略本章小结复习思考题第十三章 服务营销第一节 服务的定义、特征和分类第二节 服务产品的规划和设计第三节 服务质量和生产率本章小结复习思考题第十四章 市场营销方式的发展第一节 绿色营销第二节 整合营销第三节 直复营销第四节 网络营销本章小结复习思考题主要参考文献

## <<市场营销学>>

### 编辑推荐

王中亮主编的《市场营销学》以1999年版《现代市场营销学》为基本框架，根据学科的发展，本次编写中增加了大量新的内容。

全书共分14章，主要由营销观念、市场分析、营销策略、营销管理等内容构成。

各章节中插入了“相关链接”，主要是在涉及一些理论问题或专业领域时，以经典的小案例及有知识性、启发性的事件介绍，加深学生的理解和提高学习的兴趣。

同时，帮助学生联系实际，进一步解读营销理论。

书中所选案例基本上都是国内外知名企业成功经验的总结，为了适应教学案例的要求，对原案例均作了一定的修改加工。

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>