

<<市场营销管理教程>>

图书基本信息

书名：<<市场营销管理教程>>

13位ISBN编号：9787543826809

10位ISBN编号：7543826801

出版时间：2001-8

出版时间：湖南人民出版社

作者：杨伟文

页数：338

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>

<<市场营销管理教程>>

内容概要

本书是一部工商管理通用教材，全书分为营销理念篇、营销战略篇、营销策略篇、营销管理篇几个部分，内容涉及市场分析、市场调查、产品策略、价格策略、分销渠道、销售管理、促销策略、营销计划等，本书突出了市场营销的管理功能，适应各层次管理教学需要。

<<市场营销管理教程>>

书籍目录

营销理念篇 绪论 1.全球化背景下的企业营销新实践 2.全球化背景下的企业营销新理念 3.学习市场营销理论的意义 4.本书的研究范围与内容 5.本书的研究框架与研究方法 第1章 市场与市场营销 1.市场 2.市场营销观念 3.市场营销管理 4.顾客让渡价值和价值链营销战略篇 第2章 市场分析 1.市场营销环境分析 2.竞争者分析 3.消费者市场购买行为分析 4.生产者市场购买行为分析 第3章 市场调查与市场预测 1.市场调查概述 2.市场调查方法 3.市场预测的主要方法 第4章 目标市场营销战略 1.市场细分 2.确定目标市场 3.市场定位 第5章 市场竞争与发展 1.市场竞争 2.市场发展 3.不同企业的市场竞争与发展策略 4.营销战略联盟营销策略篇 第6章 产品策略 1.产品的整体概念 2.产品组合策略 3.产品生命周期策略 4.新产品开发策略 5.品牌策略 6.包装策略 第7章 价格策略 1.影响价格决策的因素 2.定价的基本方法 3.定价策略 4.价格调整策略 第8章 分销渠道策略 1.分销渠道的职能与模式 2.中间商 3.分销渠道的设计与管理 第9章 促销策略 1.促销概述 2.人员推销 3.广告 4.公共关系 5.营业推广 营销管理篇 第10章 销售管理 1.销售人员的选拔 2.销售人员的培训 3.销售目标管理 4.销售绩效管理 第11章 服务市场营销 1.服务的整体概念 2.服务与服务营销的特征 3.服务营销管理 4.产品支持服务 第12章 营销计划、组织与控制, 1.营销计划 2.营销组织 3.营销控制参考文献后记

<<市场营销管理教程>>

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>