

<<市场营销原理与实务>>

图书基本信息

书名：<<市场营销原理与实务>>

13位ISBN编号：9787548703365

10位ISBN编号：7548703368

出版时间：2011-7

出版时间：中南大学出版社

作者：谢宗云，李芳云 主编

页数：334

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>

<<市场营销原理与实务>>

内容概要

《市场营销原理与实务》共有100多个案例，既有导入式、说明式和启发式案例，同时，也有分析讨论式案例，案例的设计有较强的针对性。

通过老师讲解案例以及同学进行案例讨论与分析，加深对市场营销理论的理解；同时，培养同学们用市场营销理论解释与解决企业实际问题的能力。

此外，通过学习案例，还可以拓宽知识面，了解一些非营销方面的知识。

<<市场营销原理与实务>>

书籍目录

- 第一章 市场营销概述
 - 第一节 市场营销相关概念
 - 第二节 市场营销观念
 - 第三节 市场营销学演变
- 第二章 市场营销环境分析
 - 第一节 市场营销环境概述
 - 第二节 市场营销微观环境
 - 第三节 市场营销宏观环境
 - 第四节 市场营销环境分析与对策
- 第三章 消费者市场和组织市场
 - 第一节 消费者市场与消费者行为模式
 - 第二节 影响消费者购买行为的因素
 - 第三节 消费者购买决策过程
 - 第四节 组织市场购买行为
- 第四章 市场营销调研与预测
 - 第一节 市场营销调研
 - 第二节 市场需求的预测
 - 第三节 市场营销调研与预测活动流程的组织
- 第五章 目标市场战略
 - 第一节 市场细分战略
 - 第二节 目标市场战略
 - 第三节 市场定位战略
- 第六章 战略规划与市场营销管理过程
 - 第一节 企业战略规划
 - 第二节 市场营销管理过程
- 第七章 市场竞争战略
 - 第一节 竞争者分析
 - 第二节 市场竞争战略
- 第八章 产品策略
 - 第一节 产品整体概念
 - 第二节 产品组合
 - 第三节 产品生命周期
 - 第四节 新产品开发
 - 第五节 品牌策略
 - 第六节 包装策略
- 第九章 定价策略
 - 第一节 定价目标与影响定价因素
 - 第二节 定价方法
 - 第三节 定价策略
 - 第四节 定价程序
 - 第五节 价格变动与调整
- 第十章 销售渠道策略
 - 第一节 销售渠道概念与类型
 - 第二节 销售渠道的设计与管理
 - 第三节 销售渠道网络模式及管理

<<市场营销原理与实务>>

- 第四节 物流管理
- 第五节 销售渠道变革与创新
- 第十一章 促销策略
 - 第一节 促销与促销组合
 - 第二节 人员推销
 - 第三节 广告策略
 - 第四节 销售促进
 - 第五节 公共关系
- 第十二章 国际市场营销
 - 第一节 国际市场营销特点
 - 第二节 市场营销的全球环境
 - 第三节 全球市场定位与预测
 - 第四节 进入国际市场的方式
 - 第五节 国际市场营销组合
- 第十三章 市场营销新发展
 - 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 体验营销
 - 第六节 文化营销
 - 第七节 情感营销
 - 第八节 服务营销
 - 第九节 直复营销
 - 第十节 营销道德
- 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>