

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787560176468

10位ISBN编号：7560176461

出版时间：2011-8

出版时间：吉林大学出版社

作者：于喜展，张策 编

页数：384

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

《市场营销学》主要为培养高等院校经济管理类高级应用型专业人才而编写。书中综合反映了市场营销学的最新知识和理论，并结合应用型本科人才培养目标，按照理论够用、注重实用的原则，由一般到具体，虚实并重，理论与案例结合。

(1) 理论联系实际，博采众长，充分吸收国内外管理实践经验和最新研究成果；力求由浅入深、循序渐进、简明扼要，便于学生们理解和掌握。

(2) 在内容取舍与安排上，力求做到体系完整而又重点突出，便于学生们在掌握管理学科体系的同时把握住重点和难点；每章开篇设有“学习目标”和“开章案例”，提示知识要点和重点；每章后附“本章要点”、“复习思考题”、“案例分析”和“技能训练”，以开发学生创新思维和管理心智，将所学知识融会贯通，学以致用。

(3) 注重实践能力的培养，各章后均设有市场营销实践技能训练方案，以提高实践应用能力。

<<市场营销学>>

书籍目录

第一章 市场营销概述开章案例第一节 市场营销的基本概念第二节 市场营销观念及其演变第三节 市场营销学的产生和发展第四节 市场营销学的研究对象、方法和意义本章要点复习思考题案例分析技能训练第二章 顾客让渡价值与顾客满意开章案例第一节 顾客让渡价值第二节 顾客满意度本章要点复习思考题案例分析技能训练第三章 市场营销环境分析开章案例第一节 市场营销环境概述第二节 微观营销环境第三节 宏观营销环境第四节 环境分析与营销对策本章要点复习思考题案例分析技能训练第四章 市场购买行为分析开章案例第一节 消费者购买行为分析第二节 生产者市场购买行为分析第三节 中间商和政府购买行为分析本章要点复习思考题案例分析技能训练第五章 市场营销调研与预测开章案例第一节 市场营销信息系统第二节 市场营销调研第三节 市场预测本章要点复习思考题案例分析技能训练第六章 市场细分、目标市场与市场定位开章案例第一节 市场细分第二节 目标市场第三节 市场定位本章要点复习思考题案例分析技能训练第七章 营销竞争战略开章案例第一节 竞争者分析第二节 市场领先者第三节 市场挑战者第四节 市场跟随者第五节 市场补缺者本章要点复习思考题案例分析技能训练第八章 产品策略第九章 价格策略第十章 分销组合策略第十一章 营销传播的管理第十二章 市场营销管理第十三章 营销前沿与营销扩展参考文献

章节摘录

文化是指人类从生产生活实践中建立起来的价值观念、道德规范、理想信仰和其他有意义的象征的综合体。

文化是引发人的欲望及行为最重要的动因之一，也是决定人类思想和行为的基本因素。

一个人在社会中成长，受到家庭以及社会组织潜移默化的影响，形成基本的价值观、风俗习惯和审美观，进而形成一定的偏好和行为模式。

(1) 价值观。

简而言之，价值观是人们对社会生活中各种事物的态度和看法。

不同的文化背景下，人们的价值观差异很大。

例如，我国出口的黄杨木刻一向用料考究、精雕细刻，以传统的福禄寿星和古装仕女而畅销于亚洲一些国家和地区。

当产品销往欧美国家以后，经销商们发现当地消费者对中国的传统的制作原料、制作方法和图案不感兴趣。

原来当地消费者与亚洲人的观念大不一样。

后来，我国工艺品进出口企业一改传统做法，使用一般的杂木作简单的艺术雕刻，涂上欧美人喜欢的色彩，并加上适合于复活节、圣诞节、狂欢节的装饰品，结果大受欢迎，打开了销路。

(2) 风俗习惯。

即人们根据自己的生活内容、生活方式和自然环境，在一定的社会物质生产条件下长期形成，并世代相传，成为约束人们思想、行为的规范。

它在饮食、服饰、家居、婚丧、信仰、节日、人际交往等各个方面都表现出独特的心理特征，并且影响消费者的购买行为。

例如，南方人过年要吃年糕、粽子，而北方人过年则要吃饺子、蒸包子。

(3) 审美观。

审美观通常指人们对事物的好坏、美丑、善恶的评价。

不同的消费者往往有不同的审美观。

但审美观并非一成不变，往往受到社会舆论、社会观念等多种因素的影响，并制约着消费者的欲望和需求的取向。

文化的差异引起消费行为的差异，表现在物质和文化生活的各个方面。

特定的社会文化必然对每个社会成员发生直接或间接的影响，从而使社会成员的价值观念、生活方式、风俗习惯等方面带有该文化的深刻烙印。

虽然文化不能直接支配消费者的需要，但是可以影响满足需要的形式和内容。

例如，文化不能消除人们的饥饿感，但是它可以决定在何时何地采用何种方式消除自己的饥饿感。

……

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>