

<<市场营销>>

图书基本信息

书名：<<市场营销>>

13位ISBN编号：9787560334288

10位ISBN编号：7560334288

出版时间：2011-11

出版时间：哈尔滨工业大学出版社

作者：孙艳丽

页数：200

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>>

内容概要

本书是高等院校“十二五”规划教材·工商管理大类系列中的一本。

全书共10章，主要包括市场营销环境分析、市场购买行为分析、产品策略、品牌策略、定价策略、分销策略、促销策略、国际市场营销等内容。

本书将市场营销学理论与现代市场营销实践紧密结合，在保持理论体系完整的基础上，强调实用性和可操作性，每章都有导入案例和章末案例分析，以供读者使用。本书具有系统性、针对性等特点。

本书可作为高等院校市场营销专业、工商管理类其他专业以及经济类各专业本、专科教材，也可作为研究生教学的参考用书，还可以作为企业管理人员在职培训教材及自学参考书。

<<市场营销>>

书籍目录

第一章 概述

- 第一节 市场概述
 - 第二节 市场营销概述
 - 第三节 市场营销学概述
 - 第四节 市场营销观念的演变
- 复习思考题

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
- 复习思考题

第三章 市场购买行为分析

- 第一节 消费者市场及其购买行为
 - 第二节 组织市场及其购买行为
- 复习思考题

第四章 产品策略

- 第一节 产品与产品组合
 - 第二节 产品生命周期理论
 - 第三节 新产品开发策略
 - 第四节 包装策略
- 复习思考题

第五章 品牌策略

- 第一节 有关品牌的几个基本概念
 - 第二节 品牌定位与设计
 - 第三节 品牌管理与评估
 - 第四节 品牌营销策略
- 复习思考题

第六章 价格策略

- 第一节 影响企业定价的因素
 - 第二节 基本定价方法
 - 第三节 定价策略
 - 第四节 价格调整策略
- 复习思考题

第七章 分销策略

- 第一节 分销渠道的结构与类型
 - 第二节 批发商与零售商
 - 第三节 分销渠道设计与管理
- 复习思考题

第八章 促销策略

- 第一节 促销与促销组合
 - 第二节 平面广告设计与广告效果测定
 - 第三节 广告媒介选择与评价
 - 第四节 人员推销
 - 第五节 营业推广与公共关系
- 复习思考题

<<市场营销>>

第九章 国际市场营销

第一节 国际市场营销概述

第二节 国际市场营销环境分析

第三节 国际市场的进入模式

第四节 国际市场营销策略

复习思考题

第十章 市场营销的新领域

第一节 绿色营销

第二节 网络营销

第三节 关系营销

第四节 体验营销

复习思考题

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>