

<<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

<<市场营销>>

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>