

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787560530383

10位ISBN编号：7560530389

出版时间：2009-2

出版时间：西安交通大学出版社

作者：郝渊晓，张鸿 主编

页数：408

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

本书是普通高等教育“十一五”经济与管理类专业核心课程规划教材。

全面系统地介绍了现代营销学的基本内容。

本书以营销学的4P理论为基本架构，重视战略规划和战略营销，同时吸收了当代营销学理论最新进展的精华，每章提供了与内容能够紧密结合的案例分析，有利于读者深刻领会、理解、应用营销学理论，提高实际操作和实战能力。

本书是市场营销学原理教材，适合高等院校经济与管理各专业教学使用。

本书案例取材广泛，实践性强，因而也可作为各类企业对业务人员进行培训的参考教材。

<<市场营销学>>

书籍目录

第一章 市场营销导论 第一节 市场营销学的产生及发展 第二节 市场营销理论在中国的研究与应用
第三节 市场营销学的研究对象及基本特征 第四节 市场营销学的研究方法 第五节 市场营销模式的
演进第二章 市场营销观念的演变过程 第一节 市场的功能及结构 第二节 市场营销及其功能 第
三节 市场营销观念的产生与发展 第四节 全方位的营销观念第三章 市场营销环境分析 第一节 企业
与市场营销环境 第二节 微观市场营销环境分析 第三节 宏观市场营销环境分析第四章 市场消费需
求及购买行为 第一节 市场消费需求及其形态 第二节 市场消费需求的特征 第三节 消费者购买动
机及购买行为 第四节 生产者采购行为的分析 第五节 政府采购行为分析 第五章 市场营销调研与
需求预测 第一节 市场营销信息系统 第二节 市场营销调查方法 第三节 市场营销调查技术 第四
节 市场需求测定与预测第六章 竞争者战略 第一节 竞争者分析 第二节 竞争对手的选择 第三节 竞
争战略的选择第七章 企业营销形象战略 第一节 企业营销形象战略概述 第二节 企业营销形象策
划的内容 第三节 企业营销中的形象策划第八章 市场营销战略 第一节 市场营销战略概述 第二
节 市场营销战略的制定 第三节 大市场营销战略 第四节 市场营销的竞争战略 第五节 市场营销战
略计划第九章 市场细分及目标市场战略 第一节 市场细分原理 第二节 市场细分的程序和标准 第
三节 细分市场的价值评估 第四节 目标市场战略 第五节 产品定位战略第十章 产品策略 第一节 现
代产品与产品组合 第二节 新产品开发策略 第三节 产品市场寿命周期及其策略第十一章 产品包
装装潢和品牌决策 第一节 产品的包装和装潢 第二节 产品品牌决策与商标 第三节 商品名牌战
略第十二章 价格策略 第一节 营销价格及其影响因素.....第十三章 分销渠道策略第十四章 沟
通与促销策略第十五章 市场营销计划、组织、执行与控制第十六章 营销理论的新发展参考文献后
记

<<市场营销学>>

章节摘录

第一章 市场营销导论 市场营销学是一门建立在市场经济条件下的关于企业经营管理的经济学科。

它有着自身特殊的研究对象，其原理和方法具有广泛的适用性。

党的“十四”大明确了我国经济体制改革的目标，是要建立社会主义市场经济体制，充分发挥市场在社会资源配置中的基础性作用，这为市场营销学在我国的应用创造了良好的环境条件。

因此，研究应用现代市场营销理论与策略，对于促进我国社会主义市场经济体制的建立与完善，推动企业转换经营机制，走向市场，建立具有中国特色的市场营销学，都具有重大的意义。

第一节 市场营销学的产生及发展 市场营销学是现代市场经济发展的动力和源泉，没有企业成功的市场营销活动，整个社会的再生产过程将会出现一种无序状态，人类的生存和发展将受到严重威胁。

因此，资本主义国家的企业家都将市场营销看做“既是老师，又是魔鬼”，“它一夜之间可以使你笑逐颜开，也可以使你绝望跳楼”。

马克思也将产品从“W-G”的实现过程比喻为惊险的跳跃。

因此，企业要在激烈的市场竞争中求生存、谋发展，就应重视学习研究企业营销活动的“市场营销学”。

市场营销学（Marketing）是一门建立在经济学、心理学、行为科学、现代管理学、统计学、会计学、军事学等多种学科基础上的一门经济应用学科。

市场营销学于本世纪初最早产生于美国，第二次世界大战后，随着资本主义经济的发展，市场营销学与实践紧密结合得到了迅速发展。

许多国家企业的高级管理人员都须经过市场营销学知识的专业培训，在发达国家的高等院校中，都普遍地开设了市场营销学课程，特别是市场营销学成为工商管理硕士（MBA）的必修学位课程，足以说明其价值。

目前，大多数发展中国家和社会主义国家的大学里都在讲授市场营销学，企业界也将应用营销学原理、方法和策略，指导企业的营销实践，以提高企业的竞争能力，因此，就有必要了解市场营销学的产生及发展。

……

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>