## <<市场营销学>>

### 图书基本信息

书名:<<市场营销学>>

13位ISBN编号:9787563525621

10位ISBN编号: 7563525629

出版时间:2011-6-1

出版时间:北京邮电大学出版社

作者:任天飞

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

市场营销学是经国家教育部批准的经济类、管理类专业的基础课程。

本教材展示了市场营销学专业领域的全貌;介绍了市场营销学的形成、发展和传播;阐述了市场营销学的基本概念及理论框架;论述了市场营销管理过程的主要环节,包括建设和管理市场营销信息系统,分析市场营销环境,分析消费者市场及其购买行为,分析组织市场及其购买行为,识别和研究竞争者,衡量和预测市场需求,市场细分、目标市场选择和市场定位,制订市场营销计划,开发和管理品牌,开发、管理产品、包装和服务,制定价格和对付价格变动,建设管理营销渠道,开发和管理整合营销传播,管理广告、销售和促进公共关系,建立和管理销售队伍,开发和管理直复营销,设计和组织国际市场营销,市场营销执行和控制。

编者关注了国内外市场营销学发展的新成果,突出了理论的简练性和方法的实用性。 本教材的编写注重教学规律和认识规律,内容安排逻辑性强,文字表达易于阅读。 每章后面附有思考题,便于围绕教学内容进行课后练习,巩固所学知识。

本书可作为高等院校经济及管理专业学生的专业教材,也可作企业从事市场营销管理工作人员的参考用书。

# <<市场营销学>>

### 书籍目录

#### 第1章 引论

- 1.1 市场营销学的产生、发展与传播
- 1.2 市场营销学的基本概念
- 1.3 市场营销观念
- 1.4 市场营销道德
- 1.5 市场营销管理过程

#### 第2章 建设和管理市场营销信息系统

- 2.1 公司需要哪些营销信息
- 2.2 建立和管理营销信息系统
- 2.3 管理市场营销调研

### 第3章 分析市场营销环境

- 3.1 界定市场营销环境
- 3.2 分析宏观环境
- 3.3 分析产业环境
- 3.4 分析微观环境
- 3.5 评价营销环境

#### 第4章 分析消费者市场及其购买行为

- 4.1 消费者市场的特点
- 4.2 消费者购买行为模式
- 4.3 影响消费者购买行为的主要因素
- 4.4 消费者购买决策过程

#### 第5章 分析组织市场及其购买行为

- 5.1 组织市场的特点
- 5.2 组织购买者行为模式
- 5.3 影响组织购买行为的主要因素
- 5.4 组织购买决策过程

#### 第6章 识别和研究竞争者

- 6.1 识别竞争者
- 6.2 辨认竞争者目标与行动
- 6.3 评估竞争者优势与劣势
- 6.4 判断竞争者反应

#### 第7章 衡量和预测市场需求

- 7.1 有关市场需求的概念
- 7.2 目前需求的估计
- 7.3 未来需求的预测

#### 第8章 市场细分、目标市场选择和市场定位

- 8.1 市场细分
- 8.2 目标市场选择
- 8.3 市场定位

#### 第9章 制订市场营销计划

- 9.1 营销计划的性质和内容
- 9.2 营销战略规划
- 9.3 营销组合
- 9.4 营销资源的有效配置

#### 第10章 开发和管理品牌

# <<市场营销学>>

- 10.1 认识品牌
- 10.2 开发品牌
- 10.3 培育品牌
- 第11章 开发、管理产品、包装和服务
- 11.1 开发和管理产品
- 11.2 管理包装
- 11.3 管理服务
- 第12章 制定价格和对付价格变动
- 12.1 制定价格
- 12.2 修订价格
- 12.3 价格变动及对它的反应
- 第13章 建设和管理营销渠道
- 13.1 营销渠道的基本概念
- 13.2 中间商
- 13.3 营销渠道的设计和管理
- 13.4 物流与后勤管理
- 第14章 开发和管理整合营销传播
- 14.1 认识整合营销传播
- 14.2 开发整合营销传播的主要步骤
- 第15章 管理广告、销售促进和公共关系
- 15.1 广告
- 15.2 销售促进
- 15.3 公共关系
- 第16章 建立和管理销售队伍
- 16.1 人员推销的性质和作用
- 16.2 设计销售队伍
- 16.3 管理销售队伍
- 16.4 推销技术与策略
- 第17章 开发和管理直复营销
- 17.1 直复营销及其益处
- 17.2 开发和管理网络营销
- 第18章 设计和组织国际市场营销
- 18.1 国际市场营销环境
- 18.2 国际市场的选择与进入方式
- 18.3 国际市场营销组合
- 第19章 市场营销执行和控制
- 19.1 营销执行
- 19.2 营销控制
- 参考文献

# <<市场营销学>>

## 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