第一图书网, tushu007.com

<<市场营销理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<市场营销理论与实务>>

13位ISBN编号：9787563914296

10位ISBN编号：7563914293

出版时间：2004-1

出版时间：北京工业大学出版社

作者：汪长江 编

页数：485

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

内容概要

市场营销学是市场经济发展到较高阶段的产物，是现代企业营销管理实践的理论总结。
特别是我国加入世界贸易组织（WTO）后，市场营销学已成为我国加快社会主义市场经济步伐和我国企业实施全球化战略必不可少的一门实用科学。
随着时代的发展，市场营销学也在实践中不断充实、完善、发展和创新，它已成为指导企业在声速变化的市场环境和日益激烈的竞争中求生存、谋发展的利器和企业家致胜的法宝，并在社会的各个方面得到了广泛应用。
《市场营销理论与实务》在具体内容上，力争反映当前市场营销理论研究的新方法和所面临的新问题，贴近现实经济生活。
理论联系实际，突出实用性和可操作性，力争通俗易懂。
为此，在书中我们增加了较为丰富的案例，并在每章后面附有思考题，帮助读者消化、理解有关理论和内容。

<<市场营销理论与实务>>

书籍目录

前言第一章 市场营销学概述第一节 市场营销学的产生与发展第二节 市场营销学的性质、研究对象与方法第三节 市场营销学及其基本概念第四节 市场营销管理过程及营销观念第五节 市场营销组合第二章 市场营销分析第一节 市场营销环境分析第二节 竞争得分析第三节 消费者市场购买行为分析第四节 组织市场购买行为分析第三章 市场调查与市场预测第一节 市场调查第二节 市场预测第四章 市场细分与目标市场策略第一节 市场细分第二节 目标市场选择与定位第三节 差异化战略第四节 市场地位竞争战略第五章 产品策略第一节 产品概述第二节 产品组合策略第三节 产品生命周期分析第四节 新产品开发第六章 产品的品牌、商标与包装策略第一节 品牌与商标的基本概念第二节 品牌与商标策略第三节 包装的基本概念第四节 包装决策第七章 定坐策略第一节 产品价格的影响因素第二节 定价目标和定价方法第三节 定价策略第四节 价格调整第八章 分销渠道策略第一节 分销渠道的概念、作用与类型第二节 分销渠道的设计与管理第三节 中间商第四节 企业电子商务第九章 促销策略第一节 促销概述第二节 广告第三节 人员推销第四节 营业推广第五节 公共关系第十章 市场营销策划、组织与控制第一节 市场营销策划第二节 市场营菹组织及其类型第三节 市场营销组织设计第四节 市场营销控制第十一章 服务市场营销第十二章 国际市场营销第十三章 合作营销第十四章 网络营销参考文献

第一图书网, tushu007.com

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