

<<市场营销学理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学理论与实务>>

13位ISBN编号：9787564008352

10位ISBN编号：7564008350

出版时间：2006-12

出版时间：北京理工大学出版社

作者：连漪

页数：426

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>

<<市场营销学理论与实务>>

内容概要

本书较全面地介绍了市场营销学的基本理论和案例实务。

重点培养学习者解决市场实际问题的能力，力求将知识转化为能力。

营销始于市场又终结于市场，同时又占据了市场的核心地位。

在每章开篇有引导案例，章后都附有案例评析及思考题。

书中采用大量图表阐述市场营销的内容、理论与实务，力求描述得精练、简要和准确，拓宽学习者的学习视野。

全书共分15章和2个附录。

其中包括市场营销导论，战略规划与市场营销管理过程，市场营销环境分析，消费者行为分析，市场调查与预测，市场竞争战略，目标市场营销战略，产品策略，品牌与包装策略，价格策略，分销渠道策略，促销策略，营销行动管理，营销策划，市场营销发展。

附录为营销实战案例。

本书为高等院校工商管理类专业各专业应用型本科生教材，也可作为高职高专及相关专业学员的教材，亦适用于企业营销人员的培训。

<<市场营销学理论与实务>>

书籍目录

第一章 市场营销导论 章节图解 学习目标 关键概念 引导案例 第一节 市场营销学的产生和发展 第二节 市场营销学的研究对象和方法 第三节 市场与市场营销 第四节 市场营销哲学 第五节 现代市场营销理论 案例评析 思考题第二章 战略规划与市场营销管理过程 章节图解 学习目标 关键概念 引导案例 第一节 公司战略规划 第二节 营销战略规划 第三节 市场营销管理过程 案例评析 思考题第三章 市场营销环境分析 章节图解 学习目标 关键概念 引导案例 第一节 市场营销环境概述 第二节 市场营销宏观环境 第三节 市场营销微观环境 第四节 市场营销环境的分析方法 案例评析 思考题第四章 市场购买行为分析 章节图解 学习目标 关键概念 引导案例 第一节 消费者市场与组织市场 第二节 消费者购买行为分析 第三节 产业市场购买行为分析 案例评析 思考题第五章 市场调查与预测 章节图解 学习目标 关键概念 引导案例 第一节 市场调查的范围与分类 第二节 市场调查的程序与方法 第三节 市场预测的内容与步骤 第四节 市场预测的基本方法 案例评析 思考题 第六章 市场竞争战略 章节图解 学习目标 关键概念 引导案例 第一节 竞争者分析 第二节 市场竞争战略 案例评析 思考题第七章 目标市场营销战略 章节图解 学习目标 关键概念 引导案例 第一节 市场细分 第二节 目标市场选择 第三节 市场定位 案例评析 思考题第八章 产品策略 章节图解 学习目标 关键概念 引导案例 第一节 产品整体概念及产品组合 第二节 产品生命周期理论 第三节 新产品开发战略 案例评析 思考题第九章 品牌与包装策略 章节图解 学习目标 关键概念 引导案例 第一节 品牌概述 第二节 品牌定位与设计 第三节 品牌策略 第四节 包装与包装策略 案例评析 思考题第十章 价格策略 章节图解 学习目标 关键概念 引导案例 第一节 影响企业定价的因素 第二节 定价的方法 第三节 定价策略 第四节 价格变动与企业对策 案例评析 思考题第十一章 分销渠道策略 章节图解 学习目标 关键概念 引导案例 第一节 分销渠道的概念与类型 第二节 分销渠道的选择 第三节 中间商与零售商 第四节 物流管理 案例评析 思考题第十二章 促销策略 章节图解 学习目标 关键概念 引导案例 第一节 促销与促销组合的概念 第二节 人员推销 第三节 广告 第四节 营业推广 第五节 公共关系 案例评析 思考题第十三章 营销行动管理 章节图解 学习目标 关键概念 引导案例 第一节 营销计划 第二节 营销组织 第三节 营销控制 案例评析 思考题第十四章 营销策划 章节图解 学习目标 关键概念 引导案例 第一节 营销策划概述 第二节 营销策划的步骤与内容 第三节 营销策划实务 案例评析 思考题第十五章 市场营销新发展 章节图解 学习目标 关键概念 引导案例 第一节 网络营销 第二节 直复营销 第三节 关系营销 第四节 服务营销 案例评析 思考题附录一 南方高科手机上市方案附录二 醒目上市计划参考文献

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>