

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787564129323

10位ISBN编号：7564129328

出版时间：2011-8

出版时间：贾名清、蒋善涛 东南大学出版社 (2011-08出版)

作者：贾名清，蒋善涛 编

页数：416

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

《高等学校经管类核心教材：市场营销学》在绪论之后通过市场营销环境、营销信息系统及企业战略与营销三个章节阐述了包括核心概念与营销观念在内的基础理论；进而安排的是市场营销的战略理论（购买者行为与目标市场），以及策略理论（产品策略、定价策略、渠道策略和促销策略）；随后用一个章节介绍了市场营销中的管理理论，包括计划组织执行与控制；全书还介绍了服务营销、网络营销这两个新兴营销模式，并在最后一章系统地概括了全球市场营销的相关内容，使得整本书的体系更加完善。

<<市场营销学>>

书籍目录

1 绪论 1.1 市场与市场营销 1.1.1 市场 1.1.2 市场营销 1.2 市场营销观念的发展与启示 1.2.1 生产观念 1.2.2 产品观念 1.2.3 推销观念 1.2.4 市场营销观念 1.2.5 社会市场营销观念 1.3 市场营销学的相关理论及基本内容 1.3.1 市场营销学的相关理论基础 1.3.2 宏观与微观市场营销学 1.3.3 微观市场营销学的逻辑结构 1.4 研究市场营销学的意义和方法 1.4.1 面对21世纪的营销挑战 1.4.2 促进经济成长 1.4.3 促进企业成长 1.4.4 市场营销学的研究方法 1.5 市场营销的新发展 1.5.1 关系营销 1.5.2 绿色营销 1.5.3 服务营销 1.5.4 网络营销 1.5.5 大市场营销 1.5.6 4C营销2 营销环境3 市场营销信息系统4 企业战略规划与营销管理过程5 顾客购买行为分析6 目标市场营销7 产品策略8 价格策略9 分销渠道管理10 促销策略11 市场营销的计划、组织、执行与控制12 服务营销13 网络营销14 全球市场营销参考文献

<<市场营销学>>

编辑推荐

贾名清、蒋善涛主编的《市场营销学》在绪论之后通过市场营销环境、营销信息系统及企业战略与营销三个章节阐述了包括核心概念与营销观念在内的基础理论；进而安排的是市场营销的战略理论(购买者行为与目标市场)，以及策略理论(产品策略、定价策略、渠道策略和促销策略)；随后用一个章节介绍了市场营销中的管理理论，包括计划组织执行与控制；全书还介绍了服务营销、网络营销这两个新兴营销模式，并在最后一章系统地概括了全球市场营销的相关内容，使得整本书的体系更加完善。

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>