

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787565404290

10位ISBN编号：7565404292

出版时间：2011-7

出版时间：东北财经大学出版社有限责任公司

作者：李先国

页数：292

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

本书在总结和借鉴前人研究成果的基础上，追踪营销理论前沿，紧密结合企业实践，较为全面系统地阐述了市场营销的基本理论、基本策略和基本方法。

《市场营销学》既不是空洞的理论说教，也不是简单的案例罗列，而是理论与实践的融合，着力培养学生的综合应用能力和实际操作能力。

<<市场营销学>>

书籍目录

第1章 认识市场营销

学习目标

引例

1.1 市场营销的含义与作用

1.2 营销管理哲学

1.3 营销管理的内容

本章小结

复习思考题

案例分析

第2章 市场营销环境

学习目标

引例

2.1 营销环境分析的方法

2.2 微观营销环境分析

2.3 宏观营销环境分析

本章小结

复习思考题

案例分析

第3章 市场购买行为

学习目标

引例

3.1 消费者购买行为

3.2 产业市场购买行为

3.3 中间商市场购买行为

3.4 政府与非营利组织购买行为

本章小结

复习思考题

案例分析

第4章 营销调研与预测

学习目标

引例

4.1 营销调研程序

4.2 市场调查方法

4.3 调查问卷设计

4.4 市场预测

本章小结

复习思考题

案例分析

第5章 目标市场营销战略

学习目标

引例

5.1 市场细分

5.2 市场选择

5.3 市场定位

本章小结

<<市场营销学>>

复习思考题

案例分析

第6章 产品策略

学习目标

引例

6.1 产品概念与产品组合

6.2 产品生命周期

6.3 新产品开发与扩散

6.4 品牌与包装决策

本章小结

复习思考题

案例分析

第7章 价格策略

学习目标

引例

7.1 定价的影响因素

7.2 定价方法

7.3 定价策略

本章小结

复习思考题

案例分析

第8章 渠道策略

学习目标

引例

8.1 分销渠道的含义与类型

8.2 分销渠道的流程与参与者

8.3 分销渠道的设计

8.4 分销渠道的管理

本章小结

复习思考题

案例分析

第9章 促销策略

学习目标

引例

9.1 促销组合与整合营销传播

9.2 人员销售策略

9.3 广告促销策略

9.4 销售促进策略

9.5 公共宣传策略

9.6 直复营销策略

本章小结

复习思考题

案例分析

第10章 市场营销计划、组织与控制

学习目标

引例

10.1 市场营销计划

<<市场营销学>>

10.2 市场营销组织

10.3 市场营销控制

本章小结

复习思考题

案例分析

第11章 营销管理的新发展

学习目标

引例

11.1 客户关系管理

11.2 网络营销

11.3 交叉销售

11.4 数字化整合营销

11.5 全球营销

本章小结

复习思考题

案例分析

主要参考文献

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>