

<<市场营销原理>>

图书基本信息

书名：<<市场营销原理>>

13位ISBN编号：9787730205974

10位ISBN编号：7730205971

出版时间：2003-3-1

出版时间：清华大学出版社

作者：[美]科特勒,[美]阿姆斯特朗

译者：赵平,王霞等

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>

<<市场营销原理>>

内容概要



## <<市场营销原理>>

### 书籍目录

#### 第一部分 理解市场营销和市场营销过程

##### 第1章 动态环境中的营销：创造顾客价值和满意

###### 1.1 什么是营销

###### 1.2 营销管理

###### 1.3 营销管理理念

###### 1.4 新千年营销面临的挑战

###### 小结

###### 讨论题

##### 第2章 战略计划与营销过程

###### 2.1 战略计划

###### 2.2 规划业务组合

###### 2.3 战略计划和小企业

###### 2.4 营销过程

###### 2.5 营销活动管理

##### 第3章 营销环境

###### 3.1 公司的微观环境

###### 3.2 公司的宏观环境

###### 3.3 对营销环境的反应

#### 第二部分 开发市场营销机遇和战略

##### 第4章 市场调查与信息系统

##### 第5章 消费者市场与消费者购买行为

##### 第6章 产业市场与产业购买行为

##### 第7章 市场细分、选择目标市场和市场定位

#### 第三部分 开发市场营销组合

##### 第8章 产品和服务战略

##### 第9章 新产品开发与产品生命周期策略

##### 第10章 产品定价：定价考虑因素和方法

##### 第11章 产品定价：定价策略

##### 第12章 分销渠道及后勤管理

##### 第13章 零售与批发

##### 第14章 整合营销沟通

##### 第15章 广告、促销及公共关系

##### 第16章 人员推销和销售管理

##### 第17章 直销和网上营销：营销新模式

#### 第四部分 市场营销管理

##### 第18章 竞争战略：吸收、保留和培育顾客

##### 第19章 全球市场

##### 第20章 营销与社会：社会责任和营销伦理

##### 附录1 衡量与预测需求

##### 附录2 营销数学

##### 附录3 营销职业

#### 关键术语

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>