

<<本土市场营销>>

图书基本信息

书名：<<本土市场营销>>

13位ISBN编号：9787801479099

10位ISBN编号：7801479092

出版时间：2003-08

出版时间：企业管理出版

作者：马绝尘

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>

<<本土市场营销>>

内容概要

这些实例具有很强的针对性，不但能印证、说明本节理论，而且为读者4提供了一个真实、具体的营销情景，能引导他们去思考，去分析，去处理，从而提高了读者解决实际问题的动手能力，在一定程度上解决了“理论与实际怎样才能有机结合”的教学难题。

本书对传统的市场营销学的内容结构也作了较大的取舍，删除了许多纯粹理论说教的内容。把人员推销、广告、公共关系、销售促进等内容，抓住要害问题进行透彻的阐述，以满足中国企业开展市场促销的迫切需要。

另外，本书根据中国的实际国情，对市场营销学的某些理论也提出了自己的独到见解，如影响定价的因素、分销渠道的设计步骤、广告创作的方法、人员推销技巧、连锁经营模式等等，都根据作者的亲身经验提出了崭新的观点。

归结为一句话，本书的宗旨就是要把西方的营销理论与中国企业的实际相结合，与中国的市场条件相结合，为写出一本适合中国国情的市场营销学作出初步的努力和探索。

<<本土市场营销>>

书籍目录

第一章核心概念

实例一：“瑜家山泉”的市场营销

实例二：“中德”啤酒为什么难以完成厂家产品与消费者货币之间的交换

第二章营销环境分析

第一节企业的微观营销环境

企业内部的相关部门；供应商；中间商；营销服务机构；顾客；竞争者；公众

实例一：丰田公司对美国市场微观营销环境的调查分析

第二节企业的宏观营销环境

人口环境；经济环境；自然环境；技术环境；政治法律环境；社会文化环境

实例一：远大空调有限公司对宏观营销环境的调查和分析

第三章消费者市场和生产者市场

第一节消费者市场及其购买行为

消费品的分类；消费者的分类；消费者购买中高档商品的过程分析；消费者在购买中高档商品过程中的参与者；企业调查分析消费者购买行为的主要内容；消费者市场的特点

实例一：对消费者选购汽车行为的调查分析

第二节生产者市场及其购买行为

影响生产者购买的主要因素；生产者购买行为的类型；大批量新购时的决策过程；生产者市场的特点

实例一：武汉东湖材料复合新技术公司对生产者用户的调查与分析

第四章市场调研与市场预测

第一节市场调研的含义与内容

实例一：对Quantum HR脱毛美容设备的市场调查

第二节市场调研的方法

市场调研的程序和步骤；第一手资料和第二手资料；怎样搜集第二手资料；怎样搜集第一手资料

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>