

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787807342441

10位ISBN编号：7807342447

出版时间：2007-8

出版时间：黄河水利出版社

作者：寇玉琴

页数：222

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

《21世纪高等教育规划教材：市场营销学》共分12章，主要内容有：市场营销概述，市场营销环境分析，市场购买行为分析，市场细分与目标市场选择，市场营销调研与预测，市场竞争战略分析，产品策略，价格策略，促销策略，国际市场营销，营销方式和管理的创新发展。

《21世纪高等教育规划教材：市场营销学》可作为高职高专院校市场营销专业的教材，也可供对市场营销感兴趣的读者阅读参考。

## &lt;&lt;市场营销学&gt;&gt;

## 书籍目录

前言第一章 市场营销概述第一节 市场营销与市场营销学第二节 市场营销学的性质及研究方法  
第三节 市场营销观念的演变及其发展第四节 市场营销在现代经济中的作用思考题第二章 市场营销  
环境分析第一节 市场营销环境第二节 市场营销微观环境第三节 市场营销宏观环境思考题第三章  
市场购买行为分析第一节 消费者购买行为第二节 组织购买者行为第三节 产业市场购买行为第  
四节 中间商购买与政府采购思考题第四章 市场细分与目标市场选择第一节 市场细分第二节 目  
标市场选择第三节 市场定位思考题第五章 市场营销调研与预测第一节 市场营销信息系统第二节  
市场营销调研过程第三节 市场营销数据分析第四节 市场需求测量与预测思考题第六章 市场竞  
争战略分析第一节 竞争者分析第二节 市场主导者战略第三节 市场挑战者战略第四节 市场跟随  
者战略第五节 市场补缺者战略思考题第七章 产品策略第一节 产品概念与分类第二节 产品组合  
策略第三节 产品生命周期第四节 新产品开发第五节 新产品的采用与扩散思考题第八章 价格策  
略第一节 影响企业定价的因素第二节 定价目标第三节 定价方法第四节 定价策略思考题第九章  
渠道策略第一节 市场营销渠道概述第二节 市场营销渠道设计第三节 市场营销渠道的管理思考  
题第十章 促销策略第一节 促销与促销组合第二节 人员推销第三节 广告第四节 营业推广第五  
节 公共关系思考题第十一章 国际市场营销第一节 国际市场营销概述第二节 国际市场营销环境  
第三节 国际目标市场选择第四节 进入国际市场的方式思考题第十二章 营销方式和管理的新发展  
第一节 网络营销第二节 直复营销第三节 绿色营销第四节 客户关系管理思考题参考文献

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>