

<<现代市场营销学概论>>

图书基本信息

书名：<<现代市场营销学概论>>

13位ISBN编号：9787810277983

10位ISBN编号：7810277987

出版时间：1997-03

出版时间：警官教育出版社

作者：叶文琴

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>

## <<现代市场营销学概论>>

### 书籍目录

#### 目录

#### 理论篇

##### 第一章 现代市场营销学导论

###### 第一节 市场营销学的产生和发展

###### 第二节 市场营销学的性质、研究对象和基本内容

###### 第三节 学习市场营销学的方法和重大意义

##### 第二章 市场营销与市场营销观念

###### 第一节 市场营销的定义及其职能与功能

###### 第二节 市场营销学的理论基础

###### 第三节 市场营销观念及其发展

###### 第四节 树立现代市场营销观念

##### 第三章 市场营销环境和消费者购买行为分析

###### 第一节 市场营销环境

###### 第二节 消费者需求分析

###### 第三节 消费者购买行为分析

##### 第四章 市场分析

###### 第一节 市场的概念

###### 第二节 市场的功能和特点

###### 第三节 市场的分类

##### 第五章 市场细分与目标市场

###### 第一节 市场细分化的意义

###### 第二节 市场细分的条件和标准

###### 第三节 目标市场

###### 第四节 市场营销

#### 应用篇

##### 第六章 市场营销的产品策略

###### 第一节 市场营销中的产品含义和产品分类

###### 第二节 产品品牌策略

###### 第三节 产品市场寿命周期和新产品的开发

##### 第七章 市场营销的定价策略

###### 第一节 营销价格

###### 第二节 商品定价和定价目标

###### 第三节 产品定价方法和定价策略

##### 第八章 市场营销的销售渠道策略

###### 第一节 销售渠道概述

###### 第二节 销售渠道的种类和功能

###### 第三节 销售渠道策略

###### 第四节 影响分销渠道策略的因素

###### 第五节 销售渠道的管理

##### 第九章 市场营销的促销策略

###### 第一节 促进销售概述

###### 第二节 人员促销

###### 第三节 广告推销

###### 第四节 营业推广

###### 第五节 公共关系

<<现代市场营销学概论>>

第十章 市场信息与市场调查

第一节 市场信息的概念和特征

第二节 市场信息的来源和加工

第三节 市场信息的应用

第四节 市场营销调查

第十一章 国际市场营销

第一节 国际市场营销的概述

第二节 国际市场营销的复杂性

第三节 关贸总协定

第四节 国际市场营销的途径

主要参考资料

<<现代市场营销学概论>>

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>