

<<市场营销学教程>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学教程>>

13位ISBN编号：9787810704878

10位ISBN编号：7810704877

出版时间：2002-2

出版时间：中国矿业大学出版社

作者：周梅华

页数：496

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>

<<市场营销学教程>>

内容概要

《市场营销学教程（修订本）》十五章，内容主要包括：总论、市场营销环境、消费者市场、组织市场及其购买行为、市场营销战略、产品策略、产品组合策略、价格策略、分销渠道策略、促销策略、市场信息和市场调查、市场预测、市场营销组织和管理、国际市场营销、市场营销新发展。

《市场营销学教程（修订本）》可作为经济管理类大中专学生教学用书，也可供企事业管理人员、营销人员阅读参考。

<<市场营销学教程>>

书籍目录

前言第一章 市场营销总论第一节 市场和市场的构成第二节 市场营销观念第三节 市场营销学概念、研究对象第四节 市场营销过程第五节 市场营销学的形成和发展复习思考题第二章 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 市场营销宏观环境复习思考题第三章 消费者市场购买行为分析第一节 消费者市场与消费者行为模式第二节 影响消费者购买行为的主要因素第三节 消费者的购买决策过程复习思考题第四章 组织市场购买行为分析第一节 产业市场的概念和特点第二节 产业市场的购买决策过程第三节 中间商市场购买行为分析第四节 政府机构市场及其购买行为复习思考题第五章 市场营销战略第一节 市场细分战略第二节 市场发展战略第三节 市场竞争战略复习思考题第六章 产品策略第一节 产品的市场概念第二节 产品生命周期及策略第三节 新产品开发策略复习思考题第七章 产品组合策略第一节 产品组合分析第二节 产品品牌和商标策略第三节 产品包装策略第四节 产品销售服务复习思考题第八章 价格策略第一节 价格概述第二节 企业定价目标、程序与方法第三节 定价策略与技巧复习思考题第九章 分销渠道策略第一节 分销渠道的作用与类型第二节 渠道中间商与销售渠道的联合第三节 分销渠道策略复习思考题第十章 促销策略第十一章 市场调查研究第十二章 市场预测第十三章 市场营销的组织与管理第十四章 国际市场营销第十五章 营销新发展参考文献

<<市场营销学教程>>

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>