

<<市场营销基础>>

图书基本信息

书名：<<市场营销基础>>

13位ISBN编号：9787810856751

10位ISBN编号：7810856758

出版时间：2006-1

出版时间：传媒大学

作者：郭庆方 编

页数：198

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>

<<市场营销基础>>

内容概要

《21世纪中等职业教育系列教材：市场营销基础》系统介绍了市场营销的基本概念、理论和方法。书中阐述了市场营销的基本概念和发展、市场营销的环境、市场分析、市场细分与目标市场、产品策略、价格策略、分销渠道策略、促销策略等基础内容。针对市场营销的新发展，全书还分析了市场营销的国际化 and 电子网络营销的最新进展。《21世纪中等职业教育系列教材：市场营销基础》从实际应用的需要出发，又考虑到教学的要求，知识体系完整、资料翔实、循序渐进、通俗易懂。本书所涉及的理论和方法，紧跟时代脉搏，不仅具有重要的理论意义，而且对企业开展市场营销的实践具有积极的指导意义。

<<市场营销基础>>

书籍目录

第一章 市场营销基础概述第一节 市场营销研究对象与内容第二节 营销观念思考与练习第二章 市场营销环境分析第一节 市场营销环境概述第二节 宏观市场营销环境第三节 微观市场营销环境第四节 营销环境分析与对策思考与练习第三章 市场分析第一节 市场概述第二节 购买者行为分析第三节 消费品市场第四节 生产资料市场第五节 技术市场分析第六节 金融市场分析思考与练习第四章 市场细分与目标市场第一节 市场细分第二节 目标市场第三节 市场定位思考与练习第五章 产品策略第一节 产品组合策略第二节 产品生命周期策略第三节 新产品开发与推广策略第四节 品牌与商标策略第五节 服务产品策略思考与练习第六章 价格策略第一节 定价原理第二节 定价策略与方法第三节 价格变动及对策思考与练习第七章 分销渠道策略第一节 分销渠道的概念及其类型第二节 分销渠道的选择与管理第三节 商品销售的新形式思考与练习第八章 促销策略第一节 促销与促销组合第二节 广告第三节 公共关系第四节 人员推销第五节 营业推广第六节 总体评价思考与练习第九章 市场营销的国际化第一节 国际化市场营销的含义和特点第二节 进入国际市场的方式和途径.....第十章 电子网络营销第十一章 市场分析的初步技术自测题自测题参考答案主要参考文献

<<市场营销基础>>

编辑推荐

《21世纪中等职业教育系列教材：市场营销基础》适合于中等职业教育的教材和太专院校的教学参考书，也可以作为经济管理人员的自学读本。

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>