

<<市场营销学实用教程>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学实用教程>>

13位ISBN编号：9787811223873

10位ISBN编号：7811223872

出版时间：2008-8

出版时间：东北财经大学出版社

作者：鲍丽娜，姚丹 主编

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>

## <<市场营销学实用教程>>

### 内容概要

本书是供高等财经院校相关专业的师生教学 and 实际从事经营管理的人员学习的简明教程，具有内容精练和实用性强的特点。

全书内容共13章，主要介绍了营销流程和导向、营销的环境和市场、营销的调研和预测、营销的目标及营销的战略与策略、营销的组织与控制，以及为适应全新市场而介绍了服务市场和国际市场营销的关键内容。

同时，为了使营销的理论简明易懂，在各章正文之前以案例为引言导出本章的主题并点评；在各章正文中辅之以小阅读和小案例，既扩展知识，又贴切实用；在各章正文之后又附有表达本章核心思想的案例分析和复习思考题。

<<市场营销学实用教程>>

书籍目录

第一章 市场营销概述 学习目标 引导案例 第一节 市场与市场营销 第二节 市场营销管理 第三节 市场营销管理哲学 案例分析 海尔, 2008年北京奥运会的主人 复习思考题第二章 市场营销环境分析 学习目标 引导案例 第一节 宏观市场营销环境 第二节 微观市场营销环境 第三节 企业对环境影响的对策 案例分析 可口可乐、百事可乐、麦当劳的“恐龙处境” 复习思考题第三章 市场购买行为分析 学习目标 引导案例 第一节 顾客价值理论 第二节 消费者市场购买行为分析 第三节 产业市场购买行为分析 案例分析 日清, 智取美国快餐市场 复习思考题第四章 市场调查与预测 学习目标 引导案例 第一节 市场调查的程序和方法 第二节 市场需求的测量方法 第三节 市场预测的程序和方法 案例分析 福特汽车公司的败笔 复习思考题第五章 市场营销策划 学习目标 引导案例 第一节 市场营销策划概述 第二节 现有业务组合策划 第三节 新业务发展策划 案例分析 商务通的凤凰涅槃 复习思考题第六章 目标市场营销第七章 产品策略第八章 价格策略第九章 渠道策略第十章 促销策略第十一章 市场营销计划、执行与控制第十二章 服务市场营销第十三章 国际市场营销参考文献

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>