

## <<市场营销学概论>>

### 图书基本信息

书名：<<市场营销学概论>>

13位ISBN编号：9787811344394

10位ISBN编号：7811344394

出版时间：2009-8

出版时间：对外经济贸易大学出版社

作者：王宗湖

页数：320

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>

## <<市场营销学概论>>

### 内容概要

《市场营销学概论（第2版）》为“21世纪高职高专新概念财经类系列教材”中的一本。全书分为四编，共十八章，主要内容包括市场营销环境，市场调研与预测，市场细分、目标营销和市场定位，产品策略，分销策略，市场营销的竞争策略，国际市场营销等。

《市场营销学概论（第2版）》内容新颖，重点突出，详略得当，能理论联系实际，深入浅出，通俗易懂。

《市场营销学概论（第2版）》可作为高职高专市场营销类专业的教材，也可供从事营销工作人员学习参考。

## &lt;&lt;市场营销学概论&gt;&gt;

## 书籍目录

第一篇 营销原理第一章 市场营销导论【学习目标】【重点难点】第一节 市场营销的涵义和内容第二节 市场营销观念的演变第三节 学习营销学的方法【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第二章 市场营销环境【学习目标】【重点难点】第一节 企业与市场营销环境的关系第二节 宏观环境第三节 微观环境【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第三章 购买者行为【学习目标】【重点难点】第一节 消费者购买行为第二节 组织市场和购买者行为【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第四章 市场调研与预测【学习目标】【重点难点】第一节 市场调查第二节 市场预测【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第五章 市场细分、目标营销和市场定位【学习目标】【重点难点】第一节 市场细分第二节 目标营销第三节 市场定位【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第六章 技能训练第一节 市场营销导论技能训练第二节 市场营销环境技能训练第三节 购买者行为技能训练第四节 市场调研与预测技能训练第五节 市场细分、目标营销和市场定位技能训练第六节 案例分析技能训练第二篇 营销策略第七章 产品策略【学习目标】【重点难点】第一节 产品与品牌第二节 服务策略第三节 产品组合策略第四节 产品生命周期理论第五节 新产品开发策略【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第八章 价格策略【学习目标】【重点难点】第一节 影响产品定价的主要因素第二节 产品定价的主要方法第三节 定价的技巧第四节 价格调整策略【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第九章 分销策略【学习目标】【重点难点】第一节 分销渠道概述第二节 中间商的种类第三节 分销渠道的管理【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第十章 促销策略【学习目标】【重点难点】第一节 促销与促销组合第二节 广告策略第三节 人员推销第四节 营业推广第五节 公共关系【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第十一章 技能训练第一节 产品策略技能训练第二节 价格策略技能训练第三节 分销策略技能训练第四节 促销策略技能训练第五节 案例分析技能训练第三篇 营销管理第十二章 市场营销的竞争策略【学习目标】【重点难点】第一节 竞争者分析第二节 企业的竞争地位及竞争策略【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第十三章 营销策划与营销决策【学习目标】【重点难点】第一节 营销策划第二节 营销决策【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第十四章 营销组织与控制【学习目标】【重点难点】第一节 市场营销的组织第二节 市场营销的实施第三节 市场营销控制【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第十五章 技能训练第一节 市场营销的竞争策略技能训练第二节 营销策划与营销决策技能训练第三节 营销组织与控制技能训练第四节 国际市场营销技能训练第五节 案例分析技能训练第四篇 市场营销的新发展第十六章 国际市场营销【学习目标】【重点难点】第一节 国际市场营销环境第二节 企业进入国际市场的方式第三节 进入国际市场的营销策略【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第十七章 营销的新概念【学习目标】【重点难点】第一节 绿色营销第二节 网络营销第三节 关系营销第四节 服务营销第五节 技术市场营销【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第十八章 综合技能训练第一节 综合技能训练（一）综合技能训练（一）答案第二节 综合技能训练（二）综合技能训练（二）答案第三节 综合技能训练（三）综合技能训练（三）答案第四节 综合技能训练（四）综合技能训练（四）答案第五节 综合技能训练（五）综合技能训练（五）答案参考文献

<<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>