## <<营销管理>>

#### 图书基本信息

书名:<<营销管理>>

13位ISBN编号: 9787030099396

10位ISBN编号:7030099397

出版时间:2002-3

出版时间:科学出版社

作者:张大亮

页数:399

字数:384000

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

### <<营销管理>>

#### 内容概要

本书是"MBA精品教材系列"丛书之一,系统、全面地叙述了现代营销活动的全过程。

内容主要包括:现代营销理念与发展趋势、营销环境分析、需求与购买行为分析、市场调研、市场细分与目标市场选择、市场营销策略、产品策略与管理、产品定价与管理、销售渠道选择与管理、促销组合与管理及电子商务与网络营销等。

根据工商管理专业研究生的特点,除了介绍营销基本理论、营销最新动向和发展趋势外,本书强调理论与实践相结合,重点突出营销策略层面的研究,提供了许多营销的真知灼见和富于启迪的营销实例

本书主要适用于工商管理(MBA)、管理工程、企业管理、经济学专业的研究生,也可供本科生及各类在职人员学习现代营销管理知识时阅读参考。

### <<营销管理>>

#### 书籍目录

前言

基础篇

第1章 市场营销管理导论

第一节 市场营销实质和任务

第二节 营销观念

第三节 现代营销基本理论

第四节 现代营销新发展

思考题

案例

案例1"黑色的旋风"与营销观念

案例2 王永庆的营销观念

第二章 市场营销环境分析

第一节 市场机会分析

第二节 宏观环境分析

第三节 微观环境分析

思考题

案例

案例3 AT&T的环境变化

案例4"小蓝帽"为何失败?

第三章 需求和购买的行为分析

第一节 需求分析

第二节 消费心理与消费者购买行为分析

第三节 工业品市场及其购买行为

思考题

案例

案例5消费者购买行为

案例6 营销价值链

第四章 市场调研

第一节 市场营销信息系统

第二节 市场调研

思考题

案例

案例7 一份调查问卷分析

案例8"状元红"调研结果的运用

第五章 目标市场营销

第一节 目标市场营销概念

第二节 市场细分变量和细分过程

第三节 目标市场选择与策略

第四节 产品定位

思考题

案例

案例9连锁公司如何选择目标市场

案例1O 华素片的产品定位

策略篇

第六章 市场营销战略

# <<营销管理>>

第二节 第三节 第四节	市场营销 产品市场 产品寿命 市场竞争 顾客创造	5策略 6周期 •地位	策略	
案第第第第第思例七一二三四考	万向集团 产品概念 新产品机 产品包装 品牌创造	与管 、 发过 和服	理 程 务策略	
案第第第第第第第第第第第第第第第第第第第第第第第第第第第第第第第第第第第第	新某价定的定定的一种工程,并不是一个一个一个一个一个一个一个一个一个一个一个一个一个一个一个一个一个一个一个	·司西/ 三与管: · · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	服保养手理 的因素分	
案例15 第九一节 第二节 第三节 第二节 第二节	休薄营营营垂批零 雷一渠渠渠一商商 公定道道体及业	多销的概念的概念	吗 译与管理 念与性质 译与设计 详渠道体	<u>!</u> <del>[</del>
案例16 案例17 第第二二节		经营厂	並如何发理 销管理 传	
案例18	赫米斯打 章 市场营			<u> </u>

第一节 营销组织

### <<营销管理>>

第二节 营销计划的制定

第三节 营销控制

思考题

案例

案例19日本松下电器公司的营销组织

第十二章 电子商务与网络营销

第一节 电子商务基本知识

第二节 电子商务的应用

第三节 电子商务的发展

第四节电子商务对企业营销的影响

第五节 网络营销特征及优势

第六节 网络营销组合策略

思考题

案例

案例20 戴尔网络营销与"黄金三原则"

参考文献

# <<营销管理>>

#### 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