

<<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：9787040321319

10位ISBN编号：7040321319

出版时间：2011-6

出版时间：高等教育出版社

作者：张润琴 编

页数：189

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

《市场营销基础(第2版)》是中等职业学校市场营销专业教育部职业教育与成人教育司推荐教材《市场营销基础》的第二版,在第一版教材的基础上修订而成。

《市场营销基础(第2版)》共分11章,主要包括:市场营销概述、市场营销环境分析、市场分析、消费者市场与购买行为、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、电子商务与网络营销、市场调查与市场预测等内容。

《市场营销基础(第2版)》是中等职业学校市场营销专业教学用书,也可作为相关专业教学用书和在职营销人员的培训教材。

## &lt;&lt;市场营销基础&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 市场营销概述学习目标营销锦囊第一节 市场营销的研究对象与内容一、市场营销的概念二、市场营销的研究对象三、市场营销的研究内容四、现代市场营销的特点第二节 营销观念一、营销观念的演变二、营销观念的新发展思考题案例分析题社会实践题第二章 市场营销环境分析学习目标营销锦囊第一节 宏观市场营销环境分析一、人口环境二、经济环境三、技术环境四、自然环境五、社会文化环境六、政治法律环境第二节 微观市场营销环境分析一、供应商二、营销中介三、顾客四、竞争者五、公众思考题案例分析题社会实践题第三章 市场分析学习目标营销锦囊第一节 市场概述一、市场的概念二、市场的特性三、市场的分类第二节 消费品市场一、消费品市场的概念及分类二、消费品市场的特点三、消费者购买行为分析四、消费品市场的购买模式五、消费者的基本权益第三节 生产资料市场一、生产资料市场的概念及分类二、生产资料市场的主要特征三、生产资料市场购买者分析思考题案例分析题社会实践题第四章 消费者市场与购买行为学习目标营销锦囊第一节 消费者市场与消费者行为模式一、消费者市场的含义与特点二、消费者购买行为的基本模式三、购买者购买行为的类型第二节 影响消费者心理和购买行为的因素一、文化因素二、社会因素三、个人因素四、心理因素第三节 消费者购买决策过程一、认识需要二、收集信息三、选择评价四、决定购买五、购后感受思考题案例分析题社会实践题第五章 市场细分与目标市场学习目标营销锦囊第一节 市场细分一、市场细分的概念和作用二、市场细分的标志三、市场细分的方法第二节 目标市场选择一、评估细分市场二、选择细分市场三、目标市场策略选择第三节 市场定位一、市场定位的概念二、市场定位的方式与步骤三、市场定位策略思考题案例分析题社会实践题第六章 产品策略学习目标营销锦囊第一节 产品组合策略一、产品整体概念二、产品组合的概念与策略三、产品差异化第二节 产品生命周期策略一、产品生命周期理论二、产品生命周期各阶段的主要特征及其营销策略第三节 新产品开发与推广策略一、新产品概念及其类型二、新产品开发程序三、新产品开发策略四、如何消除新产品营销中的障碍第四节 品牌与商标策略一、品牌与商标的概念及其区别二、品牌与商标设计的基本原则三、品牌与商标策略四、品牌的作用及其保护思考题案例分析题社会实践题第七章 价格策略学习目标营销锦囊第一节 定价原理一、商品价格的构成二、影响产品定价的因素三、定价目标四、定价的程序第二节 定价方法一、成本导向定价法二、需求导向定价法三、竞争导向定价法第三节 定价策略一、新产品定价策略&hellip;&hellip;第八章 分销渠道策略第九章 促销策略第十章 电子商务与网络营销第十一章 市场调查与市场预测

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>