

<<市场营销>>

图书基本信息

书名：<<市场营销>>

13位ISBN编号：9787040349375

10位ISBN编号：704034937X

出版时间：2012-6

出版时间：高等教育出版社

作者：毕思勇 编

页数：308

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>>

内容概要

《普通高等教育“十一五”国家级规划教材：市场营销（第2版）（修订版）》是普通高等教育“十一五”国家级规划教材修订版，2008年普通高等教育精品教材修订版，也是国家级精品课程“市场营销”的配套教材。

本次修订以科特勒市场营销的基本原理为主线，以切合中国企业和市场需求为宗旨，以帮助学生树立正确的市场营销观念、提高自身的营销专业能力为目的，借鉴案例教学的优点，系统阐述了市场营销的基本知识、核心理论以及市场营销发展的新动向。

本书共十一章，从市场营销与营销组合的基本概念以及市场营销观念的发展出发，重点介绍了影响市场营销工作的微观和宏观环境因素、市场营销调研、消费者市场购买行为、目标市场营销战略、市场竞争战略、市场营销组合策略（产品策略、价格策略、分销策略、促销组合）与营销组织和控制等内容，每章均设有先导案例、课堂训练、同步测试、案例分析和实战演练等栏目，以供学生结合理论学习，突出了学做一体的教学理念。

本书可作为高职高专、应用型本科及中职院校经济管理类专业市场营销课程的专业教材，也可作为社会从业人员的自学参考书和培训教材。

<<市场营销>>

书籍目录

第一章 导论学习目标先导案例索尼walkman的繁荣与衰落第一节 市场营销与营销组合第二节 市场营销观念同步测试案例分析 日清,用营销智取美国市场实战演练第二章 市场营销环境学习目标先导案例降价是宜家在中国最好的竞争策略第一节 微观环境第二节 宏观环境第三节 营销环境分析方法同步测试案例分析太平洋百货败走京城实战演练第三章 市场营销调研学习目标先导案例宝洁公司的“全民”调研第一节 市场营销调研概述第二节 市场营销调研步骤第三节 市场营销调研方法第四节 市场营销预测同步测试案例分析产量多年第一,市场易守难攻实战演练第四章 消费者市场购买行为学习目标先导案例赚钱不能随“大流”第一节 消费者市场概述第二节 消费者行为过程第三节 影响消费者购买行为的因素同步测试案例分析 《阿凡达》的吸金术实战演练第五章 目标市场营销战略学习目标先导案例万宝路的重新定位第一节 市场细分第二节 目标市场选择第三节 市场定位同步测试案例分析云南白药与邦迪的贴身战实战演练第六章 市场竞争战略学习目标先导案例第一节 竞争对手分析.....第七章 产品策略第八章 价格策略第九章 分销策略第十章 促销组合第十一章 营销组织和控制参考文献

<<市场营销>>

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>