

<<市场营销>>

图书基本信息

书名：<<市场营销>>

13位ISBN编号：9787109135949

10位ISBN编号：7109135942

出版时间：2010-2

出版时间：中国农业出版社

作者：霍学喜

页数：306

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

《市场营销学》案例丰富，体例新颖，重视市场营销理论和实务的结合。每章均设有重点提示、内容小结、主要名词和复习思考题，既方便教师教学，又能够满足学生自学的需要和对重点内容的掌握。每章中均有小案例和营销小知识。增加可读性。另外，每章内容最后还安排了相应的营销案例和分析讨论题，既能够满足教师的案例教学需要，又能培养学生使用营销理论解决实际问题的能力。

《市场营销学》既可以作为高等学校经济管理类相关专业本科生和研究生的教材，也可以作为党政干部和企业管理人员的学习参考书。  
本教材由霍学喜教授主编。  
本教材由霍学喜教授主编。

## &lt;&lt;市场营销&gt;&gt;

## 书籍目录

前言

第一章 导论

引例 “白加黑”的成功

第一节 市场营销学的演变和内容

- 一、市场营销学的产生与发展
- 二、市场营销学的研究对象和内容体系

第二节 市场和市场营销

- 一、市场的概念
- 二、市场的经济功能
- 三、市场规律
- 四、市场营销的含义
- 五、市场营销的基本职能
- 六、市场营销管理

第三节 市场营销观念

- 一、基本的市场营销观念
- 二、现代市场营销观念的发展
- 三、大市场营销观念

第四节 市场营销学的学科性质和研究方法

- 一、市场营销学的学科性质
- 二、市场营销学的研究方法

内容小结

主要名词

复习思考题

案例 营销近视症

第二章 市场营销战略

引例 改装英特尔

第一节 营销战略与顾客价值

- 一、顾客价值
- 二、价值链
- 三、顾客价值创造和传递

第二节 市场营销战略的制定与实施

- 一、市场营销战略概述
- 二、营销战略的制定过程
- 三、具体业务单位的市场营销战略规划及实施

第三节 市场营销基本战略

- 一、现有业务单位的市场营销战略
- 二、新业务单位的市场营销战略
- 三、营销竞争战略

内容小结

主要名词

复习思考题

案例 沃尔玛与家乐福中国市场之争

第三章 市场调查与预测

引例 西安杨森公司“采乐”产品的市场调查

第一节 市场调查概述

## <<市场营销>>

- 一、市场调查的作用
- 二、市场调查的类型
- 三、市场调查的基本内容
- 四、市场调查的程序

### 第二节 市场营销调查方法

- 一、市场营销调查的基本方法
- 二、资料收集的方法
- 三、随机抽样调查

### 第三节 市场预测

- 一、市场预测的内容
- 二、市场预测的步骤
- 三、市场预测的方法

### 内容小结

### 主要名词

### 复习思考题

### 案例 佐丹奴服装营销案例分析

## 第四章 市场营销环境

### 引例 金融危机的蝴蝶效应

### 第一节 市场营销环境概述

.....

## 第五章 消费者市场与购买行为分析

## 第六章 组织市场分析

## 第七章 目标市场营销战略

## 第八章 产品策略

## 第九章 定价策略

## 第十章 分销渠道策略

## 第十一章 促销策略

## 第十二章 市场营销计划、组织与控制

## 第十三章 国际市场营销

## 第十四章 市场营销的新发展

### 主要参考文献

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>