

<<市场营销理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<市场营销理论与实务>>

13位ISBN编号：9787115285379

10位ISBN编号：7115285373

出版时间：2012-9

出版时间：刘建廷、谭境佳 人民邮电出版社 (2012-09出版)

作者：刘建廷，谭境佳 编

页数：214

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>

## <<市场营销理论与实务>>

### 内容概要

《21世纪高等职业教育财经类规划教材·市场营销类：市场营销理论与实务》共10章，主要内容包括导论、市场调研与预测、市场营销环境分析、市场购买者行为分析、市场细分与目标市场战略、产品策略、定价策略、渠道策略、促销策略、营销战略规划与营销过程管理。

《21世纪高等职业教育财经类规划教材·市场营销类：市场营销理论与实务》在体系上，坚持完整、系统、层次分明；在内容上，力求准确、简洁、重点突出。本书既可作为高职高专经济管理类、外贸商务类专业教材，还可作为社会培训教材、职业资格考证和自学用书。

## &lt;&lt;市场营销理论与实务&gt;&gt;

## 书籍目录

|     |                      |               |               |                    |                |                  |               |             |            |                   |               |
|-----|----------------------|---------------|---------------|--------------------|----------------|------------------|---------------|-------------|------------|-------------------|---------------|
| 目 录 | 第一章 导论               | 1学习目标         | 1案例导入         | 1学习内容              | 2第一节 市场与市场营销   | 2第二节 市场营销学的产生和发展 | 5第三节 市场营销观念   | 7模拟实训       | 13本章要点     | 13综合练习            | 14第二章         |
|     | 市场调研与预测              | 16学习目标        | 16案例导入        | 16学习内容             | 17第一节 市场调研     | 17第二节 营销信息系统     | 25第三节 市场预测    | 27模拟实训      | 29本章要点     | 30综合练习            | 30第三章 市场营销环境  |
|     | 分析                   | 32学习目标        | 32案例导入        | 32学习内容             | 33第一节 市场营销环境概述 | 33第二节 宏观环境分析     | 38第三节 微观环境分析  | 46模拟实训      | 49本章要点     | 50综合练习            | 50第四章 市场购买者行为 |
|     | 分析                   | 52学习目标        | 52案例导入        | 52学习内容             | 53第一节 消费者市场分析  | 53第二节 组织市场分析     | 69模拟实训        | 76本章要点      | 77综合练习     | 77第五章 市场细分与目标市场战略 | 80学习目标        |
|     | 80案例导入               | 80学习内容        | 81第一节 市场细分    | 81第二节 目标市场战略       | 88第三节 市场定位     | 92模拟实训           | 96本章要点        | 97综合练习      | 98第六章 产品策略 | 99学习目标            | 99案例导入        |
|     | 99学习内容               | 101第一节 产品整体概念 | 101第二节 产品组合策略 | 105第三节 产品生命周期策略    | 109第四节 新产品开发策略 | 115第五节 品牌策略      | 118第六节 包装策略   | 122模拟实训     | 126本章要点    | 127综合练习           | 127第七章 定价策略   |
|     | 130学习目标              | 130案例导入       | 130学习内容       | 131第一节 影响企业定价的主要因素 | 131第二节 企业定价方法  | 136第三节 定价策略      | 140模拟实训       | 146本章要点     | 146综合练习    | 147第八章 渠道策略       | 149学习目标       |
|     | 149案例导入              | 149学习内容       | 149第一节 营销渠道概述 | 150第二节 中间商         | 152第三节 营销渠道的设计 | 155第四节 营销渠道管理    | 161第五节 直复营销   | 166模拟实训     | 170本章要点    | 171综合练习           | 171第九章 促销策略   |
|     | 174学习目标              | 174案例导入       | 174学习内容       | 175第一节 促销概述        | 175第二节 人员推销    | 178第三节 广告        | 181第四节 公共关系   | 186第五节 营业推广 | 189模拟实训    | 192本章要点           | 192综合练习       |
|     | 193第十章 营销战略规划与营销过程管理 | 195学习目标       | 195案例导入       | 195学习内容            | 196第一节 营销战略规划  | 196第二节 竞争战略分析    | 205第三节 营销过程管理 | 208模拟实训     | 210本章要点    | 211综合练习           | 211参考文献       |
|     | 213                  |               |               |                    |                |                  |               |             |            |                   |               |

## <<市场营销理论与实务>>

### 编辑推荐

《市场营销理论与实务》共10章，主要内容包括导论、市场调研与预测、市场营销环境分析、市场购买者行为分析、市场细分与目标市场战略、产品策略、定价策略、渠道策略、促销策略、营销战略规划与营销过程管理。

本书由刘建廷、谭境佳任主编。

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>