

<<市场营销原理>>

图书基本信息

书名：<<市场营销原理>>

13位ISBN编号：9787302264866

10位ISBN编号：7302264864

出版时间：2011-9

出版时间：清华大学出版社

作者：刘建堤，梁东 主编，熊凯，周红 副主编

页数：420

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>

## <<市场营销原理>>

### 内容概要

刘建堤、梁东主编的《市场营销原理(第2版)》共分十三章，具体内容包括：绪论、市场营销战略规划、市场营销环境及购买者行为分析、市场营销调研与预测、战略营销、竞争战略、产品策略、定价策略、分销渠道策略、促销策略、市场营销过程控制、国际市场营销、市场营销新发展。

《市场营销原理(第2版)》结构严谨，内容系统，案例新颖，语言易懂。同时，《市场营销原理(第2版)》还选用了大量的中外市场营销案例，把市场营销实战展现在读者面前，让读者在领略市场营销无穷魅力的同时，又能理论联系实际，增强理论原理在中国本土的实用性。

《市场营销原理(第2版)》适于作为应用型人才培养的高等院校市场营销、工商管理、财务管理、会计学、人力资源管理、物流管理等各专业的教材，同时也是一本相关从业人员非常好的学习参考书。

## <<市场营销原理>>

### 书籍目录

#### 第一章 绪论

##### 第一节 市场营销思想的起源

- 一、市场营销思想的萌芽
- 二、市场营销思想的发展

##### 第二节 市场营销学派的发展

- 一、古典学派
- 二、现代管理学派
- 三、行为学派

##### 第三节 市场营销学的学科性质与研究方法

- 一、市场营销学的学科性质
- 二、市场营销学的研究方法

##### 第四节 市场营销学核心概念

- 一、需要、欲望和需求
- 二、产品和服务
- 三、价值、满意和质量
- 四、交换、交易和关系
- 五、市场、市场营销和市场营销者

##### 第五节 市场营销哲学

- 一、市场营销哲学演变的五个阶段
- 二、顾客让渡价值分析

##### 本章案例

##### 本章小结

##### 复习思考题

#### 第二章 市场营销战略规划

#### 第三章 市场营销环境及购买者行为分析

#### 第四章 市场营销调研与预测

#### 第五章 战略营销

#### 第六章 竞争战略

#### 第七章 产品策略

#### 第八章 定价策略

#### 第九章 分销渠道策略

#### 第十章 促销策略

#### 第十一章 市场营销过程控制

#### 第十二章 国际市场营销

#### 第十三章 市场营销新发展

#### 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>