

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787302265566

10位ISBN编号：7302265569

出版时间：2011-9

出版时间：清华大学出版社

作者：吴涛 编

页数：405

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>

<<市场营销学>>

内容概要

《市场营销学》旨在提供一本以案例教学为导向，突出本土企业营销管理实践，侧重营销基础理论，反映营销新理念新趋势，尽量吸取国外营销领域诸多著作之精华，侧重实践应用能力的训练，理论体系合理完善的市场营销学教科书。

《市场营销学》针对的目标读者主要是高等院校的营销专业和非营销专业本、专科学生、mba学员，也适合对营销学感兴趣的广大读者朋友阅读。

<<市场营销学>>

书籍目录

第一章 市场营销概述

- 第一节 营销的核心概念
- 第二节 市场营销
- 第三节 市场营销管理哲学
- 第四节 顾客满意和关系营销
- 本章小结
- 本章思考题
- 营销实践活动
- 本章参考文献

第二章 营销管理与战略管理

- 第一节 战略管理的概念
- 第二节 公司战略
- 第三节 业务战略
- 第四节 营销职能战略
- 本章小结
- 本章思考题
- 营销实践活动
- 本章参考文献

第三章 营销环境分析

- 第一节 营销环境
- 第二节 宏观环境分析
- 第三节 微观环境分析
- 本章小结
- 本章思考题
- 营销实践活动
- 本章参考文献

第四章 购买者行为分析

- 第一节 消费者购买行为模式
- 第二节 影响消费者购买行为的因素
- 第三节 消费者购买决策过程
- 第四节 组织市场购买行为分析
- 本章小结
- 本章思考题
- 营销实践活动
- 本章参考文献

第五章 营销调研

- 第一节 营销调研的概念
- 第二节 营销调研方法
- 第三节 设计营销调研问卷
- 第四节 市场需求测量
- 本章小结
- 本章思考题
- 营销实践活动
- 本章参考文献

第六章 竞争分析与竞争策略

<<市场营销学>>

- 第一节 行业环境分析
- 第二节 基本竞争战略
- 第三节 竞争者分析
- 第四节 市场地位与竞争策略
- 本章小结
- 本章思考题
- 营销实践活动
- 本章参考文献

第七章 目标市场营销战略

- 第一节 市场细分
- 第二节 选定目标市场
- 第三节 市场定位
- 本章小结
- 本章思考题
- 营销实践活动
- 本章参考文献

第八章 产品策略

- 第一节 产品的概念
- 第二节 产品组合与产品线决策
- 第三节 产品生命周期
- 第四节 品牌策略
- 第五节 新产品开发
- 本章小结
- 本章思考题
- 营销实践活动
- 本章参考文献

第九章 服务营销

- 第一节 服务与服务营销
- 第二节 服务营销
- 第三节 产品营销的服务策略
- 本章小结
- 本章思考题
- 营销实践活动
- 本章参考文献

第十章 定价策略

- 第一节 价格及影响定价的因素
- 第二节 定价方法
- 第三节 价格修订策略
- 第四节 价格变动及其反应
- 本章小结
- 本章思考题
- 营销实践活动
- 本章参考文献

第十一章 分销策略

- 第一节 认识营销渠道
- 第二节 分销渠道决策
- 第三节 分销渠道管理

<<市场营销学>>

第四节 零售

第五节 批发

第六节 分销物流管理

本章小结

本章思考题

营销实践活动

本章参考文献

第十二章 营销沟通策略

第一节 整合营销沟通

第二节 广告策略

第三节 销售促进

第四节 公关宣传

本章小结

本章思考题

营销实践活动

本章参考文献

第十三章 人员推销与销售管理

第一节 人员推销

第二节 推销过程

第三节 推销技术

第四节 销售管理

本章小结

本章思考题

营销实践活动

本章参考文献

第十四章 营销管理

第一节 营销组织设计

第二节 营销计划制订

第三节 营销的执行、评价和控制

本章小结

本章思考题

营销实践活动

本章参考文献

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>