

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787500480402

10位ISBN编号：7500480407

出版时间：2009-9

出版时间：中国社科出版社

作者：杨洁等著

页数：411

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>>

前言

《市场营销学》比较系统地阐述了现代市场营销学的基本理论与方法，并注重定量分析与定性分析相结合，力求吸纳新的研究成果和企业成功实例，注重反映国内外市场营销学发展的新动态和新趋势。

全书在介绍市场营销基本理论和原理的基础上，突出营销理论和策略的应用性，并辅之以大量的国内外企业营销活动的案例分析。

本书结构安排力求体系完整，所述内容力求通俗易懂，重点突出。

本书适合高等院校经济管理专业的本科生和研究生作为教材使用，也适用于公司或企业从事市场营销工作的高级管理人员阅读和使用。

<<市场营销学>>

内容概要

《市场营销学》系统地阐述了现代市场营销学的基本理论与方法，并注重定量分析与定性分析相结合，力求吸纳新的研究成果和企业成功实例，注重反映国内外市场营销学发展的新动态和新趋势。

<<市场营销学>>

书籍目录

第一章 市场营销学概述第一节 市场营销的概念与功能第二节 市场营销观念第三节 市场营销理论的形成与发展第四节 市场营销学研究的对象和内容本章小结复习思考题案例分析 奔驰汽车的营销观念第二章 市场营销环境第一节 市场营销环境的概念及特征第二节 市场营销的微观环境第三节 市场营销的宏观环境第四节 市场营销环境分析及对策本章小结复习思考题案例分析 中国联通CDMA营销环境分析第三章 市场研究第一节 市场概述第二节 消费者市场及其购买行为第三节 生产者市场及其购买行为第四节 中间商市场和政府市场第五节 其他类型市场本章小结复习思考题案例分析 钛星的陨落第四章 市场营销调查与预测第一节 市场营销调查第二节 市场预测本章小结复习思考题案例分析 长城公司周密的市场调查第五章 市场竞争策略第一节 市场竞争概述第二节 竞争者分析第三节 竞争者策略本章小结复习思考题案例分析 百事可乐与可口可乐竞争中国市场第六章 市场细分、目标市场选择与定位第一节 市场细分第二节 目标市场选择第三节 市场定位本章小结复习思考题案例分析 “天美时”手表的成功定位第七章 市场营销组合策略第一节 市场营销组合的内容第二节 市场营销组合的特点与原则第三节 市场营销组合的理论意义本章小结复习思考题案例分析 日本丰田汽车开发美国市场的营销组合策略第八章 产品策略第一节 产品整体概念与产品组合第二节 产品生命周期策略第三节 品牌策略第四节 包装策略第五节 新产品开发策略本章小结复习思考题案例分析 产品和市场创新使雀巢食品公司转危为安第九章 定价策略第一节 定价目标与影响定价的因素第二节 定价的基本方法第三节 定价策略本章小结复习思考题案例分析 “格兰仕”的价格策略第十章 分销渠道策略第一节 分销渠道概述第二节 分销渠道的选择与管理第三节 中间商类型第四节 物流策略本章小结复习思考题案例分析 娃哈哈的分销渠道策略第十一章 促销策略第一节 促销概述第二节 广告概述第三节 营业推广第四节 公共关系本章小结复习思考题案例分析 脑白金的电视广告策略第十二章 人员推销策略第一节 人员推销概述第二节 人员推销的管理和组织第三节 推销技巧本章小结复习思考题案例分析 “奥芬”香水的直销大军第十三章 服务营销策略第一节 服务营销的基础理论第二节 服务营销组合策略与决策第三节 优质服务营销战略本章小结复习思考题案例分析 体验营销——星巴克咖啡与文化第十四章 市场营销管理第一节 营销计划第二节 营销组织第三节 营销组织管理第四节 营销控制本章小结复习思考题案例分析 金利来，男人的世界主要参考文献

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>