

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787504654700

10位ISBN编号：7504654701

出版时间：2009-8

出版时间：中国科学技术出版社

作者：金依明，杨娜 主编

页数：372

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

本书充分考虑了中国管理类、经济类专业本科生的特点和教学要求，在保留市场营销学主要传统内容的基础上，尽可能地吸纳了近几年来市场营销学领域发展起来的新理论、新方法，以引导学生捕捉本学科的前沿理论。

本书融知识性、实用性于一体，具有理论通俗易懂、案例丰富新颖、培养目标明晰的特色。尽量做到由浅入深、由理论到实践，让读者在轻松的学习中掌握营销的基本知识，树立创新思维意识，并掌握一定的营销艘巧。

<<市场营销学>>

书籍目录

第一篇 营销认知 第一章 市场营销导论 第一节 市场营销学的产生和发展 第二节 市场营销学的基础知识 第三节 营销观念的演变 本章小结 第二章 营销理论新发展 第一节 4C与4R理论 第二节 关系营销 第三节 绿色营销 第四节 体验营销 第五节 整合营销传播 第六节 其他营销新观念 本章小结 第二篇 市场分析 第三章 市场营销环境分析 第一节 环境与企业市场营销 第二节 市场营销的宏观环境分析 第三节 市场营销的微观环境分析 第四节 市场营销环境分析与对策 本章小结 第四章 消费者购买行为分析 第一节 影响消费者购买行为的因素 第二节 消费者的需要与购买动机 第三节 顾客价值理论 第四节 顾客满意和顾客信任 第五节 购买决策过程 本章小结 第五章 市场营销调研 第一节 市场营销信息系统 第二节 市场调研概述 第三节 市场调研方法 第四节 市场调研问卷的设计 第五节 市场调研报告 本章小结 第三篇 营销战略研究 第六章 目标市场营销战略 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 第七章 竞争性市场营销战略研究 第一节 竞争者分析 第二节 企业市场竞争的战略原则 第三节 市场领导者战略 第四节 市场挑战者战略 第五节 市场追随者与市场利基者战略 本章小结 第四篇 营销策略制定 第八章 产品策略 第一节 产品与产品组合策略 第二节 产品市场生命周期及营销策略 第三节 新产品开发 第四节 包装策略 第五节 国际市场产品策略 本章小结 第九章 品牌实务 第一节 品牌决策 第二节 品牌的命名 第三节 品牌标志的设计与传播 第四节 名牌的培育 第五节 国际市场品牌策略 本章小结 第十章 定价策略 第一节 影响企业定价的因素 第二节 企业定价的方法 第三节 企业实用的定价策略 第十一章 分销渠道概述策略 第十二章 促销策略

章节摘录

第一篇 营销认知 第一章 市场营销导论 学习目标 了解营销的演变和发展 掌握营销的概念 掌握营销的核心概念 了解营销和推销的区别 了解营销观念的演变 开篇案例 招商银行“和”字招财 北京奥运会开幕式上具有五千年传统文化的中国一夜之间仿佛被注入了新的生命力，大国崛起的正在进行时被浓缩成一个强有力的印象深深烙印在所有人的脑海中。就在2008年8月8日这一夜，北京奥运会的国家营销成功了。然而成功的奥运营销绝非仅此一例。很多人都说：-3看到在表现中国四大发明之一的“活字印刷术”，画面定格在最后一个“和”字上时，我们眼前不禁一亮，第一时间的反应就是：这一定是招商银行的植入式营销。这个“和”字与招行VISA奥运信用卡上的“和”字造型绝对不会是不谋而合！虽然，此后招商银行在接受某媒体采访时解释说，这纯粹是与张艺谋导演的创意不谋而合，撞到一起了。但长久以来招商银行一直在打“和”字牌的宣传攻势，众人也是有目共睹的。在2008年春节联欢晚会的小品《公交协奏曲》中，冯巩塞给王宝强的那张银行卡就是招商VISA奥运信用卡，卡面上的“和”字清晰可辨。这是招行第一次把“和”卡的广告植入到全国性的电视节目中的成功尝试。

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>