

<<市场营销学案例教程>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学案例教程>>

13位ISBN编号：9787512102446

10位ISBN编号：7512102445

出版时间：2010-8

出版时间：北京交通大学出版社

作者：孙国亮 编

页数：295

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>

## <<市场营销学案例教程>>

### 内容概要

《全国高职高专教育精品规划教材：市场营销学案例教程》是高等职业教育管理类创新系列教材之一，是一本既有理论价值又有实用价值的教科书。

《全国高职高专教育精品规划教材：市场营销学案例教程》在编写过程中，较好地突出了创新性、科学性与实用性，既系统地阐述了市场营销的基本概念、基本理论与基本方法，又注重介绍了国内外营销研究的新成果和营销实践的新经验，如关系营销、知识营销、绿色营销和服务营销等。

同时，《全国高职高专教育精品规划教材：市场营销学案例教程》为了满足高职高专经济管理类专业学生的学习要求，力求做到理论与实践相结合，既要教会学生运用市场营销理论去观察和分析问题，又要培养学生运用市场营销手段去解决问题。

为此，作者在各章前增加了教学目标和开篇案例；在各章后做了本章小结、重要概念、复习思考题与经典案例实训。

通过这些努力，力求形成“简约、规范、科学，基本概念清楚，原理阐释有层次，方法和策略实用，以及实训性强”的高职高专院校市场营销学教材品位和特色。

《全国高职高专教育精品规划教材：市场营销学案例教程》适合高职高专管理类、财经类电子商务、市场营销等专业学生的学习，也可以作为其他相关专业的教材，同时也是广大企业营销人员、公司从业人员及企业各级管理者的自学参考书。

## <<市场营销学案例教程>>

### 书籍目录

第1章 市场营销概述第一节 认识市场营销学一、市场营销学的性质二、市场营销学的研究对象三、市场营销学常用的研究方法第二节 市场营销的产生与发展一、市场营销学的产生与发展二、市场营销理论的应用与发展第三节 市场营销观念一、市场营销观念的演进二、现代市场营销观念与传统观念的区别三、现代市场营销观念的新领域第四节 市场营销的相关概念一、市场二、市场营销的概念三、市场营销的相关概念本章小结重要概念复习思考题第2章 市场营销环境分析第一节 市场营销环境概述一、市场营销环境的概念二、市场营销环境的特点三、市场营销环境分析方法第二节 市场营销微观环境一、企业内部二、供应商三、营销中介机构四、顾客五、竞争者六、社会公众第三节 市场营销宏观环境一、人口环境二、经济环境三、自然环境四、政治法律环境五、技术环境六、社会文化环境本章小结重要概念复习思考题第3章 消费者市场与消费者购买行为第一节 消费者市场及其特点一、消费者市场的概念二、消费者市场的特点第二节 影响消费者购买行为的因素一、文化因素二、社会因素三、个人因素四、心理因素第三节 消费者购买决策过程一、消费者购买决策的参与者二、消费者购买行为模式三、消费者购买行为的类型四、消费者购买决策过程五、AIDA模型本章小结重要概念复习思考题第4章 市场调查第一节 市场调查概述一、市场调查的含义及相关概念二、市场调查的内容三、市场调查的方法第二节 市场调查的步骤一、明确调查目标二、设计调查方案三、制订调查工作计划四、组织实地调查五、调查资料的整理和分析.....第5章 目标市场营销第6章 产品策略第7章 产品价格策略第8章 分销渠道策略第9章 促销策略第10章 市场营销新领域第11章 国际市场营销

## <<市场营销学案例教程>>

### 章节摘录

1.人口因素 这是一个十分明显的影响因素，人口基数与市场需求总量是成正比的。比如现在有很多外资公司来到中国，他们看重的就是中国的市场很大。这一方面是由于中国经济的飞速发展，另外一个很重要的因素就是人口众多，使得市场消费潜力巨大。

2.经济因素 国家经济发展，人民购买能力增强，必然促进市场的增大。例如，经济学家经过研究，发现一个很有意思的现象，就是当人均GDP达到2000美元时，人们就开始购买汽车。

而这一现象和国家制度、文化背景都没有太大关系，只是和人均GDP有关系。

3.自然条件 这个因素也比较好理解。

例如，如果去北极卖冰箱，那么哪怕你的冰箱质量再好，你的营销手段再厉害，销路也不会好。这是由于当地的自然环境对特定产品市场需求量的影响。

4.文化因素 一个国家或者地区的文化习惯会对人们的消费习惯产生影响。

例如，受外来文化冲击，中国现在有什么“哈韩风”、“哈日风”，这种“哈”就会促进韩日两国某些产品在中国的销售。

日本的商品很难打进韩国，因为韩国全民都有“抵制日货”的思想，这也是一个文化因素影响市场的例子。

5.技术环境 技术的每一次进步都会对市场产生较大影响。

举一个很生动的例子，在汽车、火车等交通工具还没有发明之前，马车是一种很重要的交通工具。

随着科学技术的进步，人类造出了汽车、火车等更先进的交通工具，这样马车作为一种交通工具就基本没有什么市场了。

试想，也许再过几十年，科技可以发达到人们出门不再坐汽车、火车，飞机成为了新的代步工具。

.....

<<市场营销学案例教程>>

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>