

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787542923561

10位ISBN编号：7542923560

出版时间：2009-8

出版时间：立信会计出版社

作者：李建蓉 编

页数：273

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

本书力图将市场营销学理论与现代市场营销实践紧密结合起来,在广泛收集国内外市场营销原理研究成果的相关资料基础上,系统阐述了现代市场营销学的典型理论,及其本质与内涵。

本书共十章,第一、二章介绍了市场营销的基本理念与营销环境;第三章分析了消费者及组织市场的典型购买行为;第四章是市场调查与预测;第五章分析竞争战略;第六章是细分市场、目标市场策略及市场定位;第七、八、九、十章分别阐述了产品、价格、渠道、促销策略。

本教材在保证理论体系完整的基础上,注重理论与实践相结合,力图简洁强调其实用性和可操作性。

每章中穿插了许多相关资料、小案例及思考题、分析题、讨论题,有助于开阔学生的思路。

本教材结构新颖、内容丰富、实用性强,突出强调了职业教育和培训的特点,可作为在校应用技术本、专科生市场营销课程的教材。

<<市场营销学>>

书籍目录

第一章 市场营销概述 第一节 市场营销及其核心概念 第二节 市场营销观念及其发展 复习思考题 练习题
第二章 市场营销环境 第一节 市场营销环境概述 第二节 直接营销环境 第三节 间接营销环境 第
四节 市场营销环境分析 复习思考题 练习题第三章 消费者购买行为分析 第一节 影响消费者行为因
素分析 第二节 消费者信息处理及决策过程 第三节 组织决策与家庭决策 复习思考题 练习题第四章
营销调研与需求预测 第一节 市场营销信息与市场营销信息系统 第二节 市场营销调研程序 第三节
市场需求的测量与预测 复习思考题 练习题第五章 企业营销战略与竞争战略 第一节 企业营销管理过
程 第二节 公司战略和营销计划 第三节 设计竞争战略 复习思考题 练习题第六章 目标市场营销 第
一节 市场细分 第二节 目标市场选择 第三节 市场定位 复习思考题 练习题第七章 产品策略 第一节
产品概念及产品组合 第二节 产品生命周期 第三节 品牌及包装 第四节 新产品开发 复习思考题 练习
题第八章 价格策略 第一节 影响定价的主要因素 第二节 定价方法 第三节 定价策略 第四节 价格调
整 第五节 定价程序 复习思考题 练习题第九章 渠道策略 第一节 分销渠道的基本模式 第二节 分
销渠道中的中间商 第三节 分销渠道的设计与管理 第四节 供应链管理与分销渠道 复习思考题 练习
题第十章 促销策略 第一节 促销和促销组合 第二节 人员推销 第三节 广告策略 第四节 公共关系 第五
节 营业推广 复习思考题 练习题模拟试题一模拟试题二模拟试题三练习题答案参考书目

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>