

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787560176239

10位ISBN编号：7560176232

出版时间：2011-8

出版时间：吉林大学出版社

作者：牛永强，刘学成 编

页数：259

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

《普通高等教育“十二五”规划教材：市场营销学》围绕目前高职高专教育教学改革的需要，从教学实际出发，构建符合高职高专学生学习特点的内容体系。

融知识学习与技能训练为一体。

本教材在每一章的后面都安排了复习思考题作为综合训练内容，并结合市场营销实务设计安排了有关实践练习内容。

## &lt;&lt;市场营销学&gt;&gt;

## 书籍目录

模块一 市场营销导论项目一 市场营销导论任务一 掌握市场营销基本理论任务二 熟悉市场营销观念的演变任务三 了解营销新知项目小结复习与思考实训设计模块二 市场分析项目二 市场营销环境分析任务一 掌握市场营销环境的含义及特征任务二 掌握微观营销环境任务三 了解宏观营销环境任务四 掌握环境分析与营销对策项目小结复习与思考实训设计项目三 消费者购买行为分析任务一 掌握消费者市场与消费者购买行为分析任务二 掌握影响消费者购买行为的因素分析任务三 熟悉消费者购买决策过程项目小结复习与思考实训设计项目四 市场调查与预测任务一 认识市场调查任务二 掌握市场调查的方式与方法任务三 掌握市场预测项目小结复习与思考实训设计项目五 市场细分与市场定位任务一 掌握市场细分任务二 熟悉目标市场选择任务三 掌握市场定位项目小结复习与思考实训设计模块三 市场营销组合策略项目六 产品策略任务一 掌握产品整体概念与生命周期理论任务二 掌握新产品开发任务三 熟悉产品组合策略任务四 掌握品牌策略任务五 了解包装策略项目小结复习与思考实训设计项目七 定价策略任务一 掌握产品定价的一般方法任务二 掌握定价策略任务三 熟悉价格调整策略项目小结复习与思考实训设计项目八 分销渠道策略任务一 了解分销渠道任务二 熟悉中间商任务三 掌握分销渠道决策与管理项目小结复习与思考实训设计项目九 促销策略任务一 理解促销与促销组合任务二 熟悉人员推销任务三 熟悉广告宣传任务四 熟悉公共关系任务五 掌握营业推广项目小结复习与思考实训设计参考文献

章节摘录

3.需求 需求是对特定产品和服务的欲望,前提是具有购买能力,即有购买力的欲望。需求是对欲望的一种理性归纳,取决于购买力。

人的需求包括现实需求和潜在需求。

由此,我们可以得出一个事实:需要是本来已经存在的,它是一种基本的生物动机;欲望是社会教给我们的可用以满足需要的一种方式。

市场营销者虽然不能创造人类的基本需要,但却可以采用各种营销手段和措施来激发人们的欲望,并开发、销售、推荐特定的服务或产品来满足需要。

营销的一个基本目标就是使人们认识到需要的存在。

(二)产品 产品有广义和狭义之分。

广义的产品是指向市场提供的、能满足人们某种需要和利益的物质产品及其非物质形态的服务。

物质产品主要包括产品的实体及其品质、特色(如色泽、味道、成分等)、式样、品牌和包装,它们能满足顾客对使用价值的需要。

非物质形态的产品或服务主要包括售后服务和保证、产品形象、销售声誉等,它可以给顾客带来利益和心理上的满足和信任感,具有象征性价值,能满足人们精神及心理上的需要。

狭义的产品通常指企业生产的向市场提供的有形或无形的产品。

营销者通过提供不同形式的产品以满足消费者的多种需求。

.....

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>