

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787561227237

10位ISBN编号：756122723X

出版时间：2010-1

出版时间：西北工业大学出版社

作者：周琳 编

页数：303

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

《市场营销学》根据市场营销学的最新研究成果，全面系统地介绍了市场营销的基本理论和营销策略，主要内容包括市场营销概述、市场营销环境、市场购买行为分析、目标市场的选择、战略计划过程、产品决策、价格决策、分销渠道。

《市场营销学》适合从事相关研究工作的人员参考阅读。

<<市场营销学>>

书籍目录

第一章 市场营销概述第一节 市场营销及其功能第二节 市场营销管理第三节 市场营销观念及其发展习题一第二章 市场营销环境第一节 营销活动与营销环境第二节 直接营销环境第三节 间接营销环境第四节 环境分析与企业对策习题二第三章 市场购买行为分析第一节 消费者市场购买行为分析第二节 组织市场购买行为分析习题三第四章 目标市场的选择第一节 寻找和评价市场机会第二节 市场细分的依据和方法第三节 目标市场的选择第四节 目标市场定位习题四第五章 战略计划过程第一节 企业任务与营销目标第二节 制订业务投资组合计划第三节 制订新业务计划习题五第六章 产品决策第一节 产品概念第二节 产品组合策略第三节 产品生命周期第四节 品牌策略第五节 包装策略第六节 新产品开发习题六第七章 价格决策第一节 影响定价的因素第二节 定价的方法第三节 定价策略习题七第八章 分销渠道第一节 分销渠道的结构第二节 分销渠道的设计与选择第三节 分销渠道管理第四节 中间商分析习题八第九章 促销策略第一节 促销及其组合第二节 广告策略第三节 营业推广第四节 人员推销第五节 公共关系习题九第十章 服务营销第一节 服务与服务营销第二节 服务营销组合策略第三节 服务营销管理习题十第十一章 网络营销第一节 网络营销概述第二节 网上购物第三节 网上广告习题十一参考文献

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>