

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787562815730

10位ISBN编号：7562815739

出版时间：2004-8

出版时间：华东理工大学出版社

作者：杨光

页数：305

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：策略与实训》立足于菲利普·科特勒“大市场营销”理念之上，偏重策略和实训，旨在培养学生市场营销实战能力。

《市场营销学：策略与实训》是一本适合于大中专院校学生获得学历证书，或有关人员报考国际、国内通用的市场营销职业资格证书的基础性市场营销学教材。

## &lt;&lt;市场营销学&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 市场营销导论第一节 市场营销学的研究对象第二节 市场营销学的研究方法第三节 市场营销学的发展过程第四节 市场营销观的发展变化实训一 宝马汽车公司在亚洲及中国汽车市场上的营销组合策略第一章 复习思考题第二章 市场营销环境第一节 市场营销微观环境第二节 市场营销宏观环境第三节 市场营销环境评价实训二 联想集团在向海外发展过程中的环境分析第二章 复习思考题第三章 市场购买行为第一节 消费者市场购买行为第二节 组织体市场购买行为实训三 上海市政府采购制度的建立、存在的问题和如何完善第三章 复习思考题第四章 市场营销调研第一节 市场营销调研第二节 市场营销预测实训四 中国手机行业的“波导速度”第四章 复习思考题第五章 目标市场战略第一节 市场细分依据第二节 目标市场选择第三节 产品市场定位第四节 市场覆盖战略实训五 上海惠罗有限公司的市场定位第五章 复习思考题第六章 市场竞争战略第一节 市场竞争角色第二节 市场竞争内容实训六 2004年彩电厮杀已经开始第六章 复习思考题第七章 市场发展战略第一节 原业务市场发展战略第二节 新业务市场发展战略实训七 上海建筑科学研究院密集型、多元化发展战略第七章 复习思考题第八章 产品策略第一节 产品概念和产品分类第二节 产品生命周期第三节 新产品开发策略第四节 产品组合和产品线决策第五节 品牌策略第六节 包装决策实训八 诚信为本质量为盾服务为碑——康佳打造国际品牌纪实第八章 复习思考题第九章 定价策略第一节 价格形成的市场原理第二节 产品基本价格的制定策略第三节 产品价格的修订策略第四节 竞争中的价格调整策略实训九 国产手机急速降价为哪般？第九章 复习思考题第十章 分销策略第一节 分销渠道概述第二节 中间商决策与管理第三节 分销渠道决策和调控第四节 企业分销物流决策实训十 国美电器的物流系统——采购、销售与配送的有机结合第十章 复习思考题第十一章 促销策略第一节 促销组合与促销作用第二节 人员推销的策略和技巧第三节 广告促销策略第四节 营业推广策略第五节 公共关系营销策略第六节 权力营销策略实训十一 “亚都”成功的公关促销第十一章 复习思考题第十二章 市场营销发展第一节 关系营销第二节 整合营销第三节 网络营销第四节 文化营销第五节 绿色营销第六节 知识营销第七节 全球营销实训十二 戴尔“黄金三原则”销售模式第十二章 复习思考题第十三章 市场营销管理第一节 市场营销计划第二节 市场营销实施第三节 市场营销组织第四节 市场营销控制实训十三 恒香公司的产品品牌管理制第十三章 复习思考题

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>