

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787562819165

10位ISBN编号：7562819165

出版时间：2006-8

出版时间：华东理工大学出版社

作者：李薇辉、罗文英

页数：327

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

本书除了涵盖市场营销学的一般原理之外，作者从自己独特的视角出发，阐述了上世纪90年代以后在全球流行的市场营销学的各种创新的理论和发展的理论，同时又拓展了市场营销学的延伸部分，即社会营销理论。

本书呈现在读者面前的是全新的市场营销学的版本。

## &lt;&lt;市场营销学&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 营销与营销发展 一、营销与营销学 二、市场营销学的形成和发展 三、市场营销观念的演变 四、中国企业市场营销 案例：星巴克体验式营销 复习思考题第二章 环境与市场战略 一、市场营销与市场环境 二、企业营销环境 三、市场营销战略 案例：农夫山泉和TCL的联合战略 复习思考题第三章 市场与购买行为 一、市场类型 二、市场需求 三、顾客购买行为 案例：海派“和酒”飘香申城 复习思考题第四章 信息与市场研究 一、市场营销信息系统 二、市场调查研究 三、市场预测 案例：利用公开的情报 复习思考题第五章 产品与服务策略 一、产品概念和产品分类 二、产品生命周期 三、新产品开发策略 四、产品组合和产品线策略 五、品牌策略 六、包装决策 案例：海尔冰箱荣获中华环保基金会绿色产品奖 复习思考题第六章 价格与定价策略 一、价格形成的市场原理 二、产品基本价格的制定策略 三、产品价格的修订策略 四、竞争中的价格调整策略 案例：大屏幕液晶电视价格要再降两成？ 复习思考题第七章 渠道与分销策略 一、分销渠道概述 二、中间商的特点和作用 三、分销渠道决策 四、物流决策 案例：零售业航空母舰——沃尔玛 复习思考题第八章 组合与促销策略 一、促销组合策略 二、人员推销 三、营业推广 四、公共关系 五、广告 案例：精心设计的宝洁广告 复习思考题第九章 组织与营销管理 一、市场营销组织 二、市场营销策划和执行 三、营销策划书的撰写 四、营销咨询公司 五、市场营销控制 案例：欧洲迪斯尼的扭亏为盈 复习思考题第十章 发展与营销创新 一、关系营销 二、整合营销 三、网络营销 四、文化营销 案例：戴尔“黄金三原则”销售模式 复习思考题第十一章 未来与社会营销 一、社会营销的内涵 二、社会营销领域 三、社会营销管理过程 案例：中海壳牌可持续发展的社会营销 复习思考题参考书目

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>