

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787564066185

10位ISBN编号：7564066180

出版时间：2012-8

出版时间：北京理工大学出版社

作者：李宏，孙丽英，刘春英 主编

页数：291

字数：436000

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

李宏等编著的《市场营销学》在理论知识和实践技能的阐述中，注意吸收和反映近年来市场营销学科理论与实践的最新成果和研究动向，增加了许多最新的内容。特别是在当今全球经济一体化形势下，企业不可避免要涉足国际市场营销，本书对国际市场营销理论进行了扼要的阐述，充分体现了学科知识的时代性和前沿性。

本书主要包括13章，全面系统介绍了市场营销学的基础理论知识，体系完整，框架清晰；资料翔实，概念严密；语言力求通俗易懂，内容力求衔接得当。

<<市场营销学>>

书籍目录

第一章 市场营销与市场营销学

引导案例

第一节 市场与市场营销

第二节 市场营销学的产生与发展

本章小结

案例分析

营销实战训练

第二章 市场营销管理

引导案例

第一节 市场营销管理

第二节 市场营销管理哲学

本章小结

案例分析

营销实战训练

第三章 市场营销环境

引导案例

第一节 市场营销环境概述

第二节 宏观营销环境

第三节 微观营销环境

第四节 营销环境分析与企业对策

本章小结

案例分析

营销实战训练

第四章 市场及购买行为分析

引导案例

第一节 消费者市场与购买行为分析

第二节 企业市场与购买行为分析

第三节 非营利组织市场与购买行为分析

本章小结

案例分析

营销实战训练

第五章 市场营销调研与预测

引导案例

第一节 市场营销调研概述

第二节 市场营销调研的内容和方法

第三节 市场预测

本章小结

案例分析

营销实战训练

第六章 目标市场营销战略

引导案例

第一节 市场细分

第二节 目标市场选择

第三节 市场定位

本章小结

<<市场营销学>>

案例分析

营销实战训练

第七章 市场竞争战略

引导案例

第一节 竞争者分析

第二节 市场领导者战略

第三节 市场挑战者战略

第四节 市场跟随者与市场利基者战略

本章小结

案例分析

营销实战训练

第八章 产品策略

引导案例

第一节 产品与产品分类

第二节 产品组合

第三节 产品生命周期

第四节 新产品开发

第五节 品牌与商标

第六节 包装

本章小结

案例分析

营销实战训练

第九章 定价策略

引导案例

第一节 影响定价的主要因素

第二节 产品定价的步骤与方法

第三节 产品定价的基本策略

第四节 价格调整及价格变动反应

本章小结

案例分析

营销实战训练

第十章 分销渠道策略

引导案例

第一节 分销渠道的功能与类型

第二节 分销渠道设计与决策

第三节 批发商与零售商

第四节 市场物流

本章小结

案例分析

营销实战训练

第十一章 促销策略

引导案例

第一节 促销与促销组合

第二节 广告

第三节 人员推销

第四节 销售促进策略

第五节 营销公关

<<市场营销学>>

本章小结

案例分析

营销实战训练

第十二章 营销计划、组织与控制

引导案例

第一节 营销计划的制订

第二节 市场营销组织

第三节 营销执行与控制

本章小结

案例分析

营销实战训练

第十三章 国际市场营销

引导案例

第一节 国际市场营销概述

第二节 国际市场营销环境

第三节 国际目标市场选择

第四节 进入国际市场的方式

第五节 国际市场营销策略

本章小结

案例分析

营销实战训练

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>