

<<市场营销学教程>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学教程>>

13位ISBN编号：9787801624727

10位ISBN编号：7801624726

出版时间：2002-09-01

出版时间：经济管理出版社

作者：崔珣

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>

<<市场营销学教程>>

内容概要

市场营销学是一门年轻科学，同时又是一门研究工商管理活动的重要学科。它立足于市场，研究市场营销活动中的规律性，研究对市场营销活动的管理以及市场营销的方法，同时还对消费者需求进行研究。

它是发展社会主义市场经济所需要深入研究的一门重要学科。

市场营销是一门理论性与实践性均强的学科，学科的理论性主要体现在其系统性、逻辑性等方面，营销学应该努力揭示市场营销过程中的经济规律，并运用一定的定量分析手段，以使其更加系统，更具有对营销实践的指导意义，同时也使该学科更加严谨完善。

学科的实践性主要体现在营销活动有着丰富的内涵，有着较强的操作技巧。

<<市场营销学教程>>

作者简介

崔珣，男，1958年生。

1983年毕业于北京财贸学院商业经济系，1991年毕业于中国社会科学院研究生院财贸经济系。

多年来，一直从事市场营销管理研究、教学以及营销管理实际工作，曾任职、任教于北京大栅栏儿童用品公司，闹市宣武区人民政府财贸办公室，北京财贸管理干部学院。

1992年被日本国神户商科大学聘为客座教授，现任教于北京科技大学管理学院，担任工商管理大雨研究生导师，中国市场学会理事，主讲“市场营销管理”“价格学”等课程。

曾参与或主持过数项国家级、省部级以及各类工商企业委托研究的专业课题，并在国内外重要刊物上发表论文若干篇。

<<市场营销学教程>>

书籍目录

第一章 市场营销管理绪论第一节 市场营销第二节 市场营销管理第三节 市场营销观念案例1 美国化工建筑公司的经营观念案例2 麦当劳公司的经营观念练习题第二章 市场分析第一节 市场营销环境分析第二节 顾客购买行为分析第三节 市场调查与市场预测分析案例1 凯迪拉克轿车市场分析练习题第三章 市场分类第一节 消费品市场的营销特点与分析方法第二节 工业品市场的营销特点与分析方法第三节 服务市场营销的特点及管理方法第四节 市场细分化第五节 目标市场策略案例 中国数码相机市场练习题第四章 营销业务过程与程序第一节 营销过程中的采购环节第二节 营销过程中的商品运输第三节 商品储存管理第四节 商品销售管理案例 美国7-11便利店的物流配送练习题第五章 网络营销与营销信息系统第一节 网络营销第二节 市场营销信息系统案例 CISCO公司的网络营销练习题第六章 产品管理与决策第一节 产品整体概念第二节 品牌商标策划第三节 产品寿命周期第四节 新产品开发案例1 海尔冰箱案例2 中国第一汽车集团公司案例3 “乡巴佬”商标驳回复审终局决定书案例4 小霸王电子工业有限公司案例5 劳力士和人头马案例6 美国澳尔费林环球股份有限公司练习题第七章 促销与促销组合第八章 人员推销管理第九章 市场营销渠道第十章 价格管理与定价策略第十一章 市场营销管理中的计划、组织与控制第十二章 营销职业与营销道德

<<市场营销学教程>>

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>