

<<现代市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<现代市场营销学>>

13位ISBN编号：9787810887731

10位ISBN编号：7810887734

出版时间：2009-3

出版时间：西南财经大学出版社

作者：王谊

页数：437

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>

## <<现代市场营销学>>

### 内容概要

现代市场营销学是管理学、经济学、社会学等多学科相互渗透的一门应用性管理学科，是市场经济中非常重要和热门的学科。

在市场经济条件下，现代市场营销的理念、理论、原理、方法和策略不仅适用于社会中各种营利性组织，而且广泛地被政府部门和其他社会组织所采用。

市场营销在经济建设中的作用不仅被更多的人所认识，而且越来越重要，已经成为整个社会活动中不可缺少的重要组成部分。

市场营销已不仅仅是企业的活动，而是整个社会的活动。

随着社会经济的发展，人类社会已进入新的时代，信息经济、知识经济、服务经济都对市场营销提出了更高的要求，市场营销从内容、范围、层次等方面都要向更高的水平发展，世界已经进入了以市场营销为核心的服务营销时代。

为了适应我国工商界市场营销管理实践的需要，以及满足高等院校营销管理课程教学的需要，我们组织编撰了这本《现代市场营销学》。

《现代市场营销学(第2版)》主要有三个特点：（1）全面系统地阐述了现代市场营销管理的理论和方法，注重理论性和实践性相结合；（2）增加了最新的市场营销学科发展内容，如营销能力、整合营销、服务营销、网络营销、绿色营销、数据库营销等方面的内容；（3）每章均有小结和复习思考题，以便学生掌握课程的重点，进行复习或自学，提高分析和解决问题的能力。

## <<现代市场营销学>>

### 书籍目录

第一章 市场营销的基本理论范畴与方法第一节 市场营销的普遍性与重要性第二节 市场营销的基本理论范畴第三节 经营观念（营销哲学）第四节 市场营销中的顾客满意本章小结本章复习思考题第二章 市场营销战略规划第一节 市场营销战略概述第二节 企业总体战略规划第三节 业务战略计划第四节 市场营销计划的内容第五节 市场营销管理过程本章小结本章复习思考题第三章 市场营销研究第一节 市场营销研究的基本概念第二节 市场营销研究设计第三节 市场需求的衡量与预测本章小结本章复习思考题第四章 市场营销环境第一节 市场营销环境的概念和特点第二节 微观营销环境第三节 宏观营销环境第四节 环境分析与企业对策本章小结本章复习思考题第五章 消费者市场和购买行为分析第一节 消费者市场第二节 影响消费者购买行为的主要因素第三节 消费者购买决策过程本章小结本章复习思考题第六章 竞争分析与竞争战略第一节 竞争者分析第二节 选择竞争者与一般战略第三节 市场领导者战略第四节 市场挑战者的竞争战略第五节 市场追随者和市场补缺者的竞争战略本章小结本章复习思考题第七章 市场细分与目标市场营销战略第一节 市场细分与细分因素第二节 目标市场与营销策略选择第三节 市场定位策略本章小结本章复习思考题第八章 产品策略第九章 价格决策第十章 营销渠道的选择与管理第十一章 营销沟通与传播第十二章 营销演进

章节摘录

第一章 市场营销的基本理论范畴与方法 第一节 市场营销的普遍性与重要性 一、市场营销的普遍性 在市场经济中，无论是个人还是组织，都需要通过交换来满足自己的各种需要和欲望。

在商品经济或市场经济中产生的交换，是满足需要的最基本、最普遍的方法。

用交换的方式来满足不同组织与个人的需要，为经济社会中的分工奠定了运行基础。

随着社会分工的逐渐固定化，交换将一个经济形态中处于不同分工的组织或个人联结起来，以至于人类社会一旦离开了交换就无法正常运转。

迄今为止，人们可以改变的只是交换活动的具体方法，而不能改变对它的依赖。

自从以机器大工业为主要生产方式的社会（工业经济社会）建立以来，企业便是这样的社会形态中基本的也是主要的经济组织形式。

在工业经济社会建立之初，由于生产力低下，社会成员能获得企业生产的产品就已经不错了。

那时，产品在市场实现交换并不困难。

随着生产力的不断提高，市场供给变得充足，企业之间的竞争压力加大，这样，作为接受企业产品一方的顾客的选择机会便增加，作为产品提供者一方的企业就面临越来越激烈的市场竞争。

在竞争的环境中，企业并不总是能保证交换会按预期那样发生。

交换如果不能成功，企业就无法生存。

因此，企业及其经理人员就需要了解如何成功地与目标顾客实现交换。

为此，市场营销学（Marketing）作为一门专门研究市场交换规律，并根据这些规律来管理整个企业交换活动的科学便应运而生了。

<<现代市场营销学>>

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>