第一图书网, tushu007.com

<<市场营销>>

图书基本信息

书名：<<市场营销>>

13位ISBN编号：9787109135949

10位ISBN编号：7109135942

出版时间：2010-2

出版时间：中国农业出版社

作者：霍学喜

页数：306

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

内容概要

《市场营销学》案例丰富，体例新颖，重视市场营销理论和实务的结合。
每章均设有重点提示、内容小结、主要名词和复习思考题，既方便教师教学，又能够满足学生自学的需要和对重点内容的掌握。
每章中均有小案例和营销小知识。
增加可读性。
另外，每章内容最后还安排了相应的营销案例和分析讨论题，既能够满足教师的案例教学需要，又能培养学生使用营销理论解决实际问题的能力。

《市场营销学》既可以作为高等学校经济管理类相关专业本科生和研究生的教材，也可以作为党政干部和企业管理人员的学习参考书。
本教材由霍学喜教授主编。
本教材由霍学喜教授主编。

<<市场营销>>

书籍目录

前言
第一章 导论
引例 “ 白加黑 ”的成功
第一节 市场营销学的演变和内容
一、市场营销学的产生与发展
二、市场营销学的研究对象和内容体系
第二节 市场和市场营销
一、市场的概念
二、市场的经济功能
三、市场规律
四、市场营销的含义
五、市场营销的基本职能
六、市场营销管理
第三节 市场营销观念
一、基本的市场营销观念
二、现代市场营销观念的发展
三、大市场营销观念
第四节 市场营销学的学科性质和研究方法
一、市场营销学的学科性质
二、市场营销学的研究方法
内容小结
主要名词
复习思考题
案例 营销近视症
第二章 市场营销战略
引例 改装英特尔
第一节 营销战略与顾客价值
一、顾客价值
二、价值链
三、顾客价值创造和传递
第二节 市场营销战略的制定与实施
一、市场营销战略概述
二、营销战略的制定过程
三、具体业务单位的市场营销战略规划及实施
第三节 市场营销基本战略
一、现有业务单位的市场营销战略
二、新业务单位的市场营销战略
三、营销竞争战略
内容小结
主要名词
复习思考题
案例 沃尔玛与家乐福中国市场之争
第三章 市场调查与预测
引例 西安杨森公司“ 采乐 ”产品的市场调查
第一节 市场调查概述

一、市场调查的作用
二、市场调查的类型
三、市场调查的基本内容
四、市场调查的程序
第二节 市场营销调查方法
一、市场营销调查的基本方法
二、资料收集的方法
三、随机抽样调查
第三节 市场预测
一、市场预测的内容
二、市场预测的步骤
三、市场预测的方法
内容小结
主要名词
复习思考题
案例 佐丹奴服装营销案例分析
第四章 市场营销环境
引例 金融危机的蝴蝶效应
第一节 市场营销环境概述
……
第五章 消费者市场与购买行为分析
第六章 组织市场分析
第七章 目标市场营销战略
第八章 产品策略
第九章 定价策略
第十章 分销渠道策略
第十一章 促销策略
第十二章 市场营销计划、组织与控制
第十三章 国际市场营销
第十四章 市场营销的新发展
主要参考文献

第一图书网, tushu007.com

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