

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787121113833

10位ISBN编号：712111383X

出版时间：2010-8

出版时间：电子工业出版社

作者：徐亿军 主编

页数：275

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>

## &lt;&lt;市场营销学&gt;&gt;

## 前言

市场营销学是一门研究以满足市场需求为中心的企业市场营销活动及其规律性的应用性学科。它具有综合性、实践性、创新性等特点。

在21世纪全球经济一体化的新经济环境下，市场营销学不仅是一门重要的管理科学，更为企业提供了一种营销的理念和思维方式，因而在社会、经济和生活各个领域备受瞩目。

为了更好地满足高等院校经济管理类应用型本科人才培养的需要，本教材以全面提高学生整体素质和综合职业能力，特别是创新能力和实践能力的培养为目的，精选了市场营销管理理论的主要内容作为框架，以通俗易懂的方式阐述了市场营销的基本原理、活动、策略和方法；同时，特别注重实践应用和创新能力的培养，吸收了大量内容丰富翔实、具有经典与现代意义的国内外企业营销案例，力求做到营销理论与企业实践的有机融合。

教材体例新颖，体系清晰合理，在内容结构安排和形式设置选择上，突出了实用性、可读性、实践性和操作灵活性的特点。

在每章中都设置了引导案例、学习目标、相关链接、自测题、实训题、案例分析等众多独具特色的栏目，使教材系统性更加突出，内容更加丰富充实，营销实践更加显著，从而实现了教材在内容和形式上的“双创新”。

因此，教材作为现代营销理论与发展实践有机结合的实用读本，既适用于各类高等院校经济管理类、财经类本科生，也适用于综合性院校非经济类相关专业本科生、现代工商企业管理人员及从事营销工作的高级管理者和营销人员。

本教材由徐亿军老师担任主编，并对全书进行统稿，池佳、季丁、刘畅担任副主编，栾慧勇、陈一哲参加编写。

各章节编写具体分工如下：徐亿军编写第1、2、5、6章；池佳编写第4、7章，季丁编写第3、10章，刘畅编写第8章，陈一哲编写第9章，栾慧勇编写第11章。

本教材在编写过程中直接或间接借鉴了国内外大量营销学者的最新研究成果，在此特做说明，一并表示由衷的感谢与深深的敬意。

由于编写时间仓促，编者水平所限，书中尚有疏漏和不妥之处，敬请同行、专家和广大读者不吝赐教，批评指正。

## <<市场营销学>>

### 内容概要

本教材在广泛吸纳国内外市场营销学较新研究成果的基础上，系统介绍了市场营销学的基本框架，内容、前沿理论及发展实践。

本教材体例新颖，体系清晰合理，在内容结构安排和形式设置选择上，突出了实用性、可读性、实践性和操作灵活性。

在每章中都设置了引导案例、学习目标、相关链接、自测题、实训1题、案例分析题等栏目，使教材系统性更加突出，内容更加丰富充实，营销实践更加显著。

本教材通俗易懂，内容翔实，案例丰富，做到了理论与实践的有机融合。

## <<市场营销学>>

### 书籍目录

第1章 导论 1.1 市场营销学的产生与发展。

1.2 市场营销学的研究对象、内容和意义 1.3 市场营销学的学科特点和研究方法 自测题  
实训题 案例分析题第2章 市场营销概述 2.1 市场营销的含义与范围 2.2 市场营销的核心概  
念 2.3 市场营销观念的含义及其演变与发展 自测题 实训题 案例分析题 3.1 市场营销环  
境概述 5.1 市场细分 5.2 目标市场的选择 5.3 市场定位 自测题 实训题 案例分析  
题第3章 目标市场营销战 4.1 市场概述 4.2 消费者市场及其购买行 4.3 组织市场及其  
购买行 自测题 实训题 案例分析题第4章 市场分析 3.2 宏观市场营销环境 3.3 微观  
市场营销环境 自测题 实训题 案例分析题

## <<市场营销学>>

### 章节摘录

#### 1.市场营销学是一门科学 市场营销学是不是一门科学？

对此，国内外学术界持有不同的见解。

概括起来，大致分为三种观点。

第一种观点认为，市场营销学不是一门科学，而是一门艺术。

这种观点认为，工商管理（包括市场营销学在内）不是科学而是一种教会人们如何做营销决策的艺术。

第二种观点认为，市场营销学既是一门科学，又是一种行为和一门艺术。

这种观点认为，管理（包括市场营销学）不完全是科学，也不完全是艺术，有时偏向科学，有时偏向艺术。

当收集资料时，尽量用科学方法收集和分析，这时科学成分比较大；当资料取得以后，要做最后决定时，由于主要是依据企业领导者的经验和主观判断，这时艺术成分就大一点。

这种双重性观点，主要问题在于将市场营销同市场营销学混同起来了。

市场营销是一种活动过程、一种策略，因而是一门艺术。

市场营销学是对市场营销活动规律的概括，因而是一门科学。

第三种观点认为，市场营销学是一门科学。

这是因为，市场营销学是对现代化大生产及商品经济条件下工商企业营销活动经验的总结和概括，它阐明了一系列概念、原理和方法。

市场营销理论与方法一直指导着国内外企业营销活动的发展。

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>