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：9787301099704

10位ISBN编号：7301099703

出版时间：2006-2

出版时间：北京大学出版社

作者：王纪忠

页数：276

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

本书以培养高职高专学生营销技能为主线，在体例编排上增加了知识目标、技能目标、关键词、思考题、典型案例和实践训练等项目；在内容编排上力求介绍本学科的新理论、新知识和新思想，以指导读者更好地理解和把握市场营销理论和知识，学会市场营销必要的营销技能。
全书共分12章：市场营销概述、市场分析、市场营销调研与预测、市场战略、目标市场选择、产品策略、定价策略、分销策略、促销策略、市场营销创新、国际市场营销策略和市场营销控制。
　全书结构紧凑、内容丰富，可读性和实用性强，理论与实践相结合，强调运用营销理论对实际问题进行分析，能够适应教师精讲、学生多练的能力培养目标的教学需要。

<<市场营销>>

书籍目录

第1章　市场营销概述　1.1　打场营销学的形成与发展　1.2　市场与市场营销　1.3　市场营销观念　1.4　市场营销管理任务第2章　市场分析　2.1　市场营销环境分析　2.2　消费者市场分析　2.3　生产者市场分析第3章　市场营销调研与预测　3.1　市场营销信息系统　3.2　市场营销调研　3.3　市场需求预测第4章　市场战略　4.1　竞争者分析　4.2　市场竞争战略　4.3　市场发展战略　4.4　反倾销战略第5章　目标市场选择　5.1　市场细分　5.2　目标市场策略　5.3　市场定位第6章　产品策略　6.1　产品组合策略　6.2　品牌与包装策略　6.3　产品生命周期策略　6.4　新产品开发策略第7章　定价策略　7.1　定价依据　7.2　定价方法　7.3　产品定价策略　7.4　价格调整策略第8章　分销策略　8.1　分销渠道的模式与类型　8.2　中间商的选择　8.3　分销渠道管理　8.4　物流管理第9章　促销策略　9.1　促销组合策略　9.2　人员推销策略　9.3　广告策略　9.4　营业推广策略　9.5　公共关系策略第10章　市场营销创新　10.1　网络营销　10.2　绿色营销　10.3　品牌营销　10.4　关系营销　10.5　服务营销　10.6　文化营销第11章　国际市场营销策略　11.1　国际市场与国际市场营销概述　11.2　国际市场营销环境　11.3　国际市场营销策略　11.4　国际市场战略第12章　市场营销控制　12.1　市场营销组织　12.2　市场营销战略与计划　12.3　市场营销控制参考文献

编辑推荐

《面向21世纪全国高职高专财经管理类规划教材：市场营销》是一部高职高专财经管理类教材，全书共分12章，内容涉及市场营销概述、市场分析、市场营销调研与预测、市场战略、目标市场选择、产品策略、定价策略、分销策略、促销策略、市场营销创新、国际市场营销策略和市场营销控制等。

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