

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787301109991

10位ISBN编号：7301109997

出版时间：2006-9

出版时间：北京大学出版社

作者：杨益新

页数：307

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>>

内容概要

本书系统地介绍了现代营销学的理论知识，主要内容包括：市场营销导论，市场营销环境，消费者市场与生产者市场，市场调查与预测，市场竞争战略，目标市场营销策略，产品策略，价格策略，渠道策略，促销策略，市场营销计划、组织和控制等。

每章中间穿插了许多小案例、相关资料及思考题、分析题、讨论题，有助于开阔学生的思路。

本教材结构新颖、内容丰富、实用性强，突出强调了职业教育和培训的特点。

本书适合高等职业院校、高等专科学校、成人高等教育及其他相关人员的学习和使用。

<<市场营销学>>

作者简介

杨益新，北京市经济管理干部学院工商系副教授。

1994年毕业于西北大学，获经济学硕士学位。
十多年来一直从事教育工作，主要讲授“市场营销学”、“国际市场营销学”、“管理经济学”、“顾客满意与顾客服务技巧”等课程。
主要研究方向：企业经营与管理、顾客服务管

<<市场营销学>>

书籍目录

第一章 市场营销导论 第一节 对市场的认识 第二节 对市场营销的理解 第三节 市场营销管理观念 本章小结 练习与思考题 案例第二章 市场营销环境 第一节 市场营销环境概述 第二节 微观营销环境 第三节 宏观营销环境 第四节 市场营销环境分析 本章小结 练习与思考题 案例第三章 消费者市场与生产者市场 第四章 市场调查与预测 第一节 消费者市场和消费者行为 第二节 生产者市场购买行为分析 本章小结 练习与思考题 案例第四章 市场调查与预测 第一节 市场营销调研与预测概述 第二节 市场营销调研实务 第三节 市场预测方法 本章小结 练习与思考题 案例第五章 市场竞争战略 第一节 竞争环境分析 第二节 竞争者分析 第三节 企业竞争战略 练习与思考题 案例第六章 目标市场营销策略 第一节 市场细分 第二节 目标市场选择 第三节 市场定位 本章小结 练习与思考题 案例第七章 产品策略 第一节 产品整体概念 第二节 产品组合 第三节 产品生命周期策略 第四节 品牌与商标策略 第五节 产品包装策略 本章小结 练习题与思考题 案例第八章 价格策略 第一节 影响定价的因素 第二节 定价的一般方法第九章 分销渠道策略第十章 促销策略第十一章 市场营销计划、组织和控制参考文献

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>