第一图书网, tushu007.com

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787302254928

10位ISBN编号：7302254923

出版时间：2011-6

出版时间：清华大学出版社

作者：赵蕾，刘涛　主编

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

市场营销学是经济管理类专业的一门重要的专业基础课程，也是一门应用性很强的实践学科。
本书结合高职高专培养应用型人才的特点，山一批长期战斗在市场营销教学第一线的高校教师编写。

本书分为3个部分，共10章。
第一部分包括第一至第三章，主要介绍市场营销的基本概念和营销环境等；第二部分包括第四至第九章，主要介绍市场营销学中的日标市场策略、产品策略、品牌策略、价格策略、分销策略、促销策略；第三部分为第十章，主要介绍市场营销新发展。
全书既对市场营销的基本理论、原理和方法进行了全面、深入的阐述，又结合日前市场营销学发展的新动态，对学科前沿问题进行了全面介绍。

本书通俗易懂、层次分明、案例丰富、可读性和实用性强，并且为教师提供ppt课件，便于教学。
本书可作为高职高专经济管理类和其他专业的教材，也可以作为广大市场营销工作者的学习参考书。

<<市场营销学>>

书籍目录

第一章导论
第一节市场概述
第二节市场营销的概念
第三节市场营销学的演变
第四节市场营销组合
本章小结
复习思考题
本章案例
第二章市场营销环境
第一节市场营销环境概述
第二节微观市场营销环境
第三节宏观市场营销环境
第四节市场营销环境分析
本章小结
复习思考题
本章案例
第三章购买行为分析
第一节消费者市场购买行为分析
第二节产业市场购买行为分析
本章小结
复习思考题
本章案例
第四章目标市场策略
第一节目标市场细分
第二节目标市场选择
第三节目标市场定位
本章小结
复习思考题
本章案例
第五章产品策略
第一节产品的概念与分类
第二节产品组合
第三节产品生命周期
第四节新产品开发
本章小结
复习思考题
本章案例
第六章品牌与包装策略
第一节品牌的概念与内涵
第二节品牌的作用
第三节品牌策略
第四节包装策略
本章小结
复习思考题
本章案例

第七章价格策略
第一节定价因素
第二节定价方法
第三节定价策略
第四节价格调整
本章小结
复习思考题
本章案例
第八章分销策略
第一节分销渠道概述
第二节中间商
第三节分销渠道策略,
本章小结
复习思考题
本章案例
第九章促销策略
第一节促销与促销组合
第二节广告策略
第三节人员推销策略
第四节公共关系策略
第五节销售促进策略
本章小结
复习思考题
本章案例
第十章市场营销新发展
第一节网络营销
第二节绿色营销
第三节服务营销
第四节定制营销
本章小结
复习思考题
本章案例
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