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：9787302277132

10位ISBN编号：7302277133

出版时间：2012-1

出版时间：清华大学出版社

作者：苗月新，王生辉　编著

页数：227

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

本书是中央财经大学商学院面向21世纪教学内容和课程体系改革的最新研究成果，是市场营销专业的核心教材。
本书从当代国内外营销理论和营销实践的发展现状出发，坚持理论与实践相结合，阐述与评价相统一，复习思考与案例分析为补充，以简洁新颖的编排风格，全面介绍了市场营销学的基本理论和基本方法，具有一定的创新性、前瞻性和实用性。

本书可作为高等学校市场营销专业本科生和研究生的教材，也可供从事营销工作的人士作为参考读物。

第一图书网, tushu007.com

<<市场营销学>>

书籍目录

第1章 市场营销实践与市场营销理论
1.1 市场营销实践溯源
1.2 早期的销售思想
1.3 销售思想的演进——市场营销理论的形成与发展
1.4 市场营销的内涵
1.5 世界经济剧烈变化对市场营销的影响
案例
复习思考题
第2章 营销观念类型与市场营销管理
2.1 传统的营销观念
2.2 市场营销观念和社会营销观念
2.3 营销观念的扩展
2.4 市场营销管理
案例
复习思考题
第3章 市场营销环境分析
3.1 微观环境构成
3.2 宏观环境构成
案例
复习思考题
第4章 行业与竞争者分析
4.1 行业竞争分析
4.2 竞争者分析
4.3 竞争战略
案例
复习思考题
第5章 营销信息管理与市场营销调研
5.1 市场营销信息管理
5.2 市场营销调研
5.3 市场营销预测
案例
复习思考题
第6章 市场购买者及其购买行为分析
6.1 消费者及其购买行为分析
6.2 组织市场和组织购买行为分析
案例
复习思考题
第7章 顾客价值分析与客户关系建立
7.1 顾客价值及相关概念
7.2 感知利益与感知付出
7.3 顾客满意
7.4 顾客忠诚度与顾客保留战略
7.5 客户关系建立
案例
复习思考题

第8章 市场营销战略规划
8.1 企业战略规划
8.2 业务战略规划
8.3 市场营销规划
案例
复习思考题
第9章 目标市场选择
9.1 市场细分
9.2 选择目标市场
9.3 市场定位
案例
复习思考题
第10章 新产品开发与产品生命周期
10.1 新产品开发
10.2 新产品的开发过程
10.3 产品生命周期
案例
复习思考题
第11章 产品、品牌、包装与服务策略
11.1 产品组合策略
11.2 品牌策略
11.3 包装策略
11.4 服务营销策略
案例
复习思考题
第12章 价格决策
12.1 价格决策的影响因素
12.2 价格决策的目标与方法
12.3 价格决策策略
案例
复习思考题
第13章 分销决策
13.1 营销渠道概述
13.2 营销渠道设计
13.3 营销渠道管理
13.4 营销渠道发展
13.5 经销商管理
案例
复习思考题
第14章 促销决策
14.1 促销组合
14.2 广告决策
14.3 人员推销决策
14.4 营业推广决策
14.5 公共关系决策
案例
复习思考题

第一图书网, tushu007.com

第15章 国际市场营销
15.1 国际市场营销环境
15.2 进入国际市场的模式
15.3 适应全球市场规划的营销组合
案例
复习思考题
第16章 现代营销方式及其基本内涵
16.1 网络营销
16.2 绿色营销
16.3 整合营销
16.4 关系营销
案例
复习思考题
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