

<<现代市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<现代市场营销学>>

13位ISBN编号：9787302278740

10位ISBN编号：7302278741

出版时间：2012-5

出版时间：清华大学出版社

作者：周万发，饶欣 编

页数：278

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>

<<现代市场营销学>>

内容概要

市场营销学是一门实践性、应用性极强的学科。

《高等院校经济管理类专业应用型系列教材：现代市场营销学》以学生为中心，注重实践能力培养。通过结构创新，模块化设计，典型案例激发兴趣，贴近时代的案例阅读分析、练习等创新点，把“基本理论与前沿理论”、“理论知识与实践能力”、“课堂导学与课外自学”融为一体，力求突出新颖、兴趣、技能自然养成和适用社会需求的特色。

《高等院校经济管理类专业应用型系列教材：现代市场营销学》既可作为高等院校市场营销及财经、工商管理、电子商务等相关专业教材，也可作为市场营销从业人员和商务人员的知识拓展读本。

<<现代市场营销学>>

作者简介

周万发，男，湖北武汉人，教授。
中南财经政法大学毕业。
湖北省市场营销学会理事，中南财经政法大学公共关系学和市场营销学兼职教师，武汉商贸职业学院经济管理学院学术委员会委员，市场营销教研室主任。
主要研究方向为市场营销、商务谈判和营销策划。

<<现代市场营销学>>

书籍目录

第一章 绪论第一节 市场营销概述第二节 市场营销观念的演变及发展第三节 市场营销学的产生与发展
本章小结案例分析思考与训练第二章 市场营销环境第一节 市场营销环境概述第二节 市场营销微观环境
第三节 市场营销宏观环境本章小结案例分析思考与训练第三章 市场购买行为分析第一节 消费者市场
购买行为分析第二节 生产者市场购买行为分析第三节 组织市场购买行为分析第四节 中间商市场购
买行为分析第五节 政府市场购买行为分析本章小结案例分析思考与训练第四章 市场调查与预测第一
节 市场营销信息调研第二节 市场营销调研第三节 市场调查报告的撰写第四节 市场预测本章小结案
例分析思考与训练第五章 市场竞争及战略第一节 竞争性市场战略第二节 基本竞争战略第三节 不同竞争
地位企业的营销战略本章小结案例分析思考与训练第六章 目标市场组合第一节 市场细分第二节 目标
市场选择第三节 市场定位本章小结案例分析思考与训练第七章 产品策略第一节 产品整体概念第二节
产品组合策略第三节 产品生命周期策略第四节 品牌、商标和包装策略第五节 新产品开发策略本章小
结案例分析思考与训练第八章 价格策略第一节 企业定价的目标及影响定价的因素第二节 产品定价方
法第三节 产品定价策略.....第九章 分销渠道策略第十章 促销策略第十一章 市场营销组合及发展参
考文献

<<现代市场营销学>>

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>