

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787305050848

10位ISBN编号：7305050849

出版时间：1970-1

出版时间：南京大学

作者：张秋林

页数：343

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

本书以通俗易懂的语言、丰富经典的案例、大量的图示解释，系统地阐述了市场营销与策划的原理和最新研究成果，并有很多创新之处，特别强调“实用性”，着重加强对学生的操作能力和创新能力的培养，通过将市场营销原理、市场营销案例与市场营销策划融为一体，使市场营销理论与市场营销实践紧密结合。

本书既可以作为高等院校经济管理类专业的本专科学生、研究生、高职高专生、自学考试者以及MBA学员的教材，也可以作为企业市场营销培训的教材和参考书。

<<市场营销学>>

书籍目录

第一章 市场营销学概论 第一节 市场营销概述 第二节 市场营销与营销策划 第三节 市场营销的基本概念 第四节 市场营销观念 第五节 市场营销观念的新发展 第六节 市场营销观念的实施 案例分析 海尔小小神童”诞生记

第二章 顾客价值理论 第一节 顾客让渡价值理论 第二节 顾客满意理论 第三节 顾客忠诚理论 第四节 全面质量营销 案例分析 质量第一——奔驰的秘诀

第三章 市场营销战略 第一节 营销战略概述 第二节 市场营销战略策划 第三节 市场营销战略和策略 第四节 市场营销策略组合 第五节 市场营销管理 案例分析 丰田车打入美国市场的市场营销组合

第四章 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 环境分析与营销策划 案例分析 肯德基”进军香港实录

第五章 购买者行为研究 第一节 消费者需求研究 第二节 消费者购买行为模式 第三节 影响消费者购买行为的因素分析 第四节 消费者购买动机理论 第五节 组织市场购买行为分析 案例分析 中国绣花鞋畅销美国

第六章 市场调查与预测 第一节 市场营销信息系统 第二节 市场调研策划 第三节 市场预测 案例分析 关于大学生就业意向的调查问卷

第七章 市场竞争战略 第一节 市场竞争的基本概念 第二节 行业竞争环境分析 第三节 竞争者分析 第四节 竞争战略的一般形式 第五节 不同竞争地位企业的营销策划 第六节 企业核心竞争力 案例分析 百事可乐挑战可口可乐

第八章 目标市场营销战略策划 第一节 市场细分策划 第二节 目标市场选择策划 第三节 市场定位策划 第四节 产品定位策划 案例分析 华素片的市场定位

第九章 产品策略 第一节 产品与产品组合策划 第二节 产品生命周期理论 第三节 新产品开发策划 第四节 品牌策划 第五节 包装策划 案例分析 润妍”洗发水

第十章 价格策略 第一节 定价的基本原理 第二节 影响产品定价的因素 第三节 定价方法 第四节 定价策略 第五节 价格调整策划 案例分析 海信的价格策略

第十一章 销售渠道策略 第一节 销售渠道概述 第二节 销售渠道的类型 第三节 渠道设计策划 第四节 销售渠道管理 第五节 销售渠道成员 第六节 物流管理 案例分析 佳能中国有限公司的渠道管理

第十二章 促销策略 第一节 促销与促销组合 第二节 人员推销策略 第三节 广告策略 第四节 营业推广策略 第五节 公共关系策略 案例分析 法国白兰地攻入美国市场

第十三章 服务市场营销 第一节 服务营销概述 第二节 服务质量管理 第三节 服务的有形展示策划 第四节 服务定价、分销与促销策划 案例分析 麦当劳——出色的服务

第十四章 营销组织与管理 第一节 市场营销计划 第二节 市场营销组织 第三节 市场营销实施 第四节 市场营销控制 第五节 市场营销审计 案例分析 红塔山”——品牌诊断纪要

参考书目

<<市场营销学>>

章节摘录

第一章 市场营销学概论 第一节 市场营销概述 一、市场营销学的产生与发展 市场营销学是伴随着商品经济的发展而产生并日趋成熟的学科。它最早产生于美国，后来迅速传播到西欧和日本等地，成为现代企业从事市场经营的理论基础。市场营销学是一门与经济学、管理学、行为学、心理学、广告学等学科密切结合而成的综合性的经营管理学科，是在现代市场营销实践的基础上逐渐形成和发展起来的，是对现代企业营销活动实践的总结。

市场营销学的发展大致经历了四个阶段。

(一) 形成阶段 市场营销最早源于销售，是为了解决企业产品销售问题。20世纪初期，世界各主要资本主义国家先后完成了工业革命，社会生产呈现出不断扩大的趋势，而市场变得日益狭小，企业之间的竞争加剧。面对市场上积存商品的增多和市场有效需求相对不足的矛盾，企业不得不更加关心自己商品的销路，寻求商品销售市场成为企业经营管理的首要问题。

1902年，美国密执安大学、加利福尼亚大学和伊利诺斯大学正式开设了市场营销课程，但当时市场营销学的理论体系尚未形成，授课时常借用经济学理论。随着批发业和零售业的逐渐壮大，广告术和推销术也得到了进一步地发展。

.....

<<市场营销学>>

编辑推荐

《市场营销学：原理、案例、策划》在编排体例上按照现代企业市场营销活动与策划的程序进行篇章的安排；在叙述上力求用通俗易懂的语言和图示进行讲解说明；在具体内容上，力求吸收当前市场营销理论研究的最新成果，并紧密联系营销实践所面临的问题，突出实用性和可操作性。为便于同学们理解掌握，本书精心安排了大量经典的市场营销案例和图解，使学习者在学习市场营销学课程后，能够运用市场营销的知识和原理从事企业的营销管理工作和初步的营销策划工作。总之，本教材的特色是简洁、新颖、实用。

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>