第一图书网, tushu007.com

<<市场营销>>

图书基本信息

书名：<<市场营销>>

13位ISBN编号：9787307060852

10位ISBN编号：730706085X

出版时间：2008-2

出版时间：熊云南、 郑璁 武汉大学出版社 (2008-02出版)

作者：熊云南，郑璁 编

页数：176

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

《高职高专“十一五”规划教材：市场营销》是以行动为导向、以能力为本位的新型市场营销教材，以培养学生职业能力为主线，将理论与技能紧密结合，采用营销理论、案例分析、营销故事，运用读一读、想一想、听一听、做一做的体系结构，培养学生具体、全面、科学的市场营销能力。

书籍目录

第一章 场营销认识第一节 市场营销基础理论第二节 市场营销观念第三节 现代营销新思想第二章 市场营销调研第一节 市场营销信息系统第二节 市场营销调研第三章 市场营销环境分析第一节 市场营销环境及其特点第二节 微观市场营销环境第三节 宏观市场营销环境第四章 购买行为分析第一节 消费者市场购买行为分析第二节 组织市场购买行为分析第五章 市场竞争战略第一节 竞争者分析第二节 不同竞争者的战略第六章 目标市场营销第一节 市场细分第二节 目标市场第三节 市场定位第七章 产品策略第一节 产品整体概念和产品分类第二节 产品组合第三节 产品生命周期第四节 新产品开发第五节 品牌与包装策略第八章 定价策略第一节 影响定价的因素第二节 定价的方法与策略第三节 价格调整技巧第九章 分销渠道策略第一节 分销渠道模式及类型第二节 分销渠道的选择第三节 分销渠道的管理第四节 物流作业第十章 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 公共关系策略第五节 营业推广策略参考文献

章节摘录

第一章 市场营销认识【学习提示】市场营销是一门研究市场营销活动及其规律的应用性科学。
本章系统地介绍了市场营销及其相关概念，市场营销观念，阐述了现代营销管理的新思想。
通过本章的学习，应掌握市场营销基础理论知识，了解营销与推销的区别，理解几种典型的市场营销思想及其核心内容，掌握现代市场营销组合的新方法和新概念，为系统地学习和掌握营销技巧奠定基础。
读一读2000年，北京的麦当劳食品有限公司推出了一项新举措：在所属57家麦当劳餐厅内代售公交月票。
为什么麦当劳在对北京市场发售月票的网点进行调查后知晓，北京有600多万人使用月票乘坐公交车，而发售月票的网点只有88处，乘客深感不便。
于是他们便“拾遗补缺”干起了“代售月票”的营生，为广大乘客创造便利条件。
此举一推出很快就吸引了大批食客络绎而来，麦当劳的收益也与日俱增。
其实，这种“好人好事”麦当劳做了不少并且一直在做。
1999年高考前夕，在麦当劳宽敞明亮的餐厅里就坐着不少手拿书本只要一杯饮料就能呆上好几个小时的考生，面对此景，麦当劳没有赶走他们，反而还特意为这些学子延长了营业时间，并提供了相应的服务。
这一举措赢得了公众的好评。
麦当劳成功地走向世界，靠的就是“顾客第一”的市场营销观念。

编辑推荐

第一图书网, tushu007.com

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