

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787311039554

10位ISBN编号：731103955X

出版时间：2012-8

出版时间：雷亮、苏云 兰州大学出版社 (2012-08出版)

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>>

书籍目录

第一章 市场营销概论 第一节 市场与市场营销 第二节 市场营销学的产生和发展 第三节 市场营销观念及其发展 第四节 市场营销学的研究对象、研究内容和研究方法 本章习题与练习 本章案例第二章 顾客价值、顾客满意与顾客关系管理 第一节 顾客价值理论 第二节 顾客满意与顾客忠诚 第三节 顾客关系管理 本章习题与练习 本章案例第三章 战略规划与营销管理过程 第一节 企业战略的含义与层次 第二节 规划总体战略 第三节 市场营销管理过程 本章习题与练习 本章案例第四章 市场营销环境 第一节 市场营销环境概述 第二节 宏观营销环境分析 第三节 微观营销环境分析 第四节 营销环境分析方法与营销对策 本章习题与练习 本章案例第五章 市场营销调研 第一节 市场营销信息系统 第二节 市场营销调研的步骤 第三节 市场营销调研的方法 第四节 市场营销调研的主要技术 本章习题与练习 本章案例第六章 消费者购买行为分析 第一节 消费者市场 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 第四节 消费者购买决策过程 本章习题与练习 本章案例第七章 组织市场与购买行为 第一节 组织市场概述 第二节 生产者市场购买行为分析 第三节 中间商市场购买行为分析 第四节 政府市场和营利组织市场购买行为分析 本章习题与练习 本章案例第八章 目标市场营销战略 第一节 目标市场营销概述 第二节 市场细分 第三节 目标市场选择 第四节 市场定位 本章习题与练习 本章案例第九章 产品与服务策略 第一节 产品整体概念 第二节 产品组合策略 第三节 产品品牌策略 第四节 产品包装策略 第五节 服务策略 本章习题与练习 本章案例第十章 产品生命周期与新产品开发 第一节 产品生命周期 第二节 新产品开发 第三节 新产品的采用与扩散 本章习题与练习 本章案例第十一章 价格策略 第一节 价格概述 第二节 企业定价的方法 第三节 企业定价的策略 第四节 价格变动与企业对策 本章习题与练习 本章案例第十二章 分销渠道策略 第一节 分销渠道概述 第二节 分销渠道的设计与选择 第三节 分销渠道的管理 第四节 中间商分析 第五节 营销物流与供应链管理 本章习题与练习 本章案例第十三章 促销策略 第一节 促销及整合营销传播 第二节 人员推销 第三节 广告 第四节 营业推广 第五节 公共关系 本章习题与练习 本章案例第十四章 国际市场营销 第一节 国际市场营销概述 第二节 国际市场营销环境 第三节 国际目标市场的选择 第四节 进入国际市场的方式 第五节 国际市场营销策略 本章习题与练习 本章案例第十五章 网络营销 第一节 网络营销概述 第二节 网络营销的内容与层次 第三节 网络营销策略 第四节 网络营销发展趋势 本章习题与练习 本章案例第十六章 新经济下的营销实践与创新 第一节 营销观念实践与创新 第二节 营销理论实践与创新 第三节 营销策略实践与创新 第四节 营销管理实践与创新 第五节 营销领域实践与创新 本章习题与练习 本章案例参考文献

<<市场营销学>>

编辑推荐

《市场营销学(理论与实践与创新21世纪管理类核心课程教材)》由雷亮、苏云主编，本书紧跟时代前沿，吸收了国内外众多教材的优点，体系完善，内容丰富，是一本理论联系实际、基础知识与学术前沿相结合、有较高水平和实用性的教材。

适用于大专院校教学之用，也可供相关领域的从业人员参考。

<<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>