

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787502587031

10位ISBN编号：7502587039

出版时间：2010-7

出版时间：化学工业

作者：王枝茂

页数：218

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

《教育部高职高专规划教材：市场营销学》针对高等职业教育学生的基础，以市场营销基本原理的介绍为主线，较系统地阐述市场营销学的基本知识和基本策略，并注重介绍国内外市场营销的新成果和营销实践的新经验。

《教育部高职高专规划教材：市场营销学》每章前面有学习目标，后面有思考与练习，包括思考题、案例分析题、营销训练题；每节中都有实例，方便学生学习和老师组织课堂教学及实践的需要。另外，在市场经济条件下，国内外的企业在激烈的市场竞争实践中创造出许多市场营销的新经验、新方法，形成了一系列的新的思想，这些在本教材也有所体现。

《教育部高职高专规划教材：市场营销学》可作为高职高专经济管理类学生的教材，也可供相关人员参考。

## &lt;&lt;市场营销学&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 市场营销概论第一节 市场营销的核心概念第二节 市场营销观念的演变第三节 市场营销的重要性思考与练习第二章 市场营销环境分析第一节 市场营销环境概述第二节 市场营销微观环境第三节 市场营销宏观环境思考与练习第三章 消费者购买行为分析第一节 消费者的购买行为第二节 影响消费者购买行为的因素第三节 消费者的购买决策过程思考与练习第四章 市场营销研究第一节 市场营销信息第二节 市场营销研究第三节 市场需求预测思考与练习第五章 市场细分策略第一节 市场细分策略第二节 目标市场选择策略第三节 市场定位策略思考与练习第六章 产品策略第一节 什么是产品第二节 产品组合策略第三节 品牌策略第四节 包装策略第五节 产品生命周期第六节 新产品开发思考与练习第七章 价格策略第一节 产品定价程序第二节 影响定价的主要因素第三节 定价目标第四节 定价方法第五节 定价策略思考与练习第八章 分销策略第一节 分销渠道的概念、结构和类型第二节 分销渠道的选择和管理第三节 批发商和零售商第四节 实体分配思考与练习第九章 促销策略第一节 促销及促销组合第二节 人员推销第三节 广告第四节 营业推广第五节 公共关系思考与练习第十章 市场营销管理第一节 市场营销组织第二节 市场营销计划第三节 市场营销控制思考与练习第十一章 市场营销新观念第一节 绿色营销第二节 网络营销第三节 关系营销第四节 整合营销思考与练习参考文献阿

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>