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：9787504636201

10位ISBN编号：7504636207

出版时间：2003-8

出版时间：中国科学技术出版社

作者：陈育林 编

页数：317

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

内容概要

《21世纪高等专科高等职业学校适用教材：市场营销》以职业能力培养为主线，注重教材的实用性和可操作性，并附有大量典型案例，以期启迪读者思路，指导具体操作。
《21世纪高等专科高等职业学校适用教材：市场营销》系统介绍了市场营销的基本理论，着重阐述了操作上的一些具体环节。
主要内容有：市场与市场营销、市场营销环境、购买行为分析、市场调查和预测、市场细节和目标市场、产品策略、价格策略、分销策略、促销策略、服务市场营销、市场营销管理和国际市场营销等。
《21世纪高等专科高等职业学校适用教材：市场营销》可作为高职高专学校市场营销专业教材；也可作为一般职业学校非营销专业选修教材；同时也可作为广大营销爱好者的理想读物。

<<市场营销>>

书籍目录

第一章 市场与市场营销第一节 市场概述第二节 市场营销的内涵第三节 市场营销观念的演变第四节 市场营销研究的内容和方法第二章 市场营销环境第一节 市场营销信息第二节 市场营销环境第三节 市场营销环境分析与对策第三章 购买行为分析第一节 消费者市场与消费者行为模式第二节 影响消费者购买行为的主要因素第三节 消费者购买决策过程第四节 生产者市场和购买行为分析第四章 市场调查与预测第一节 市场营销调研第二节 市场营销预测第五章 市场细分和目标市场第一节 市场细分战略第二节 目标市场选择第三节 市场定位战略第四节 市场营销组合第六章 产品策略第一节 产品和产品生命周期第二节 新产品的开发和扩散第三节 产品组合策略第四节 品牌、包装与服务策略第七章 价格策略第一节 价格概述第二节 定价目标与程序第三节 定价方法第四节 定价策略第五节 价格调整策略第八章 分销策略第一节 分销渠道结构第二节 中间商第三节 分销渠道选择策略第四节 物流策略第九章 保销策略第一节 促销与促销组合第二节 人员推销第三节 广告策略第四节 公共关系第五节 营业推广第十章 服务市场营销第一节 服务市场营销概述第二节 服务质量管理第三节 服务市场营销组合第十一章 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 市场营销控制第十二章 国际市场营销第一节 国际市场营销概述第二节 国际市场环境分析第三节 国际市场营销战略第四节 国际市场营销组合策略第五节 跨国际公司营销策略参考文献

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