

<<市场营销原理与实务>>

图书基本信息

书名：<<市场营销原理与实务>>

13位ISBN编号：9787509201770

10位ISBN编号：7509201772

出版时间：2007-9

出版时间：中国市场出版社

作者：阿德特克

页数：582

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>

<<市场营销原理与实务>>

内容概要

本书作为经营类高职教材，在编写过程中立足于提高学生整体素质和学生营销综合职业能力特别是实践操作能力的培养，在准确地阐述市场营销的基本概念、基本原理和基本方法的基础上，广泛搜集国内外营销实例，充分吸收国内外本学科理论研究和营销实践活动的新成果、新材料。

教材内容包括市场营销概述、市场营销信息系统与市场营销调研、市场营销环境、市场营销管理过程、消费者市场与组织市场购买行为分析、市场细分与目标市场策略、产品策略、定价策略、分销渠道策略、促销策略、服务市场营销、网络营销与直复营销、国际市场营销。

在编排上设计了学习目标、理论阐述、案例与分析、复习思考、实践活动等形式新颖、结构严谨的栏目，深入浅出地凸现了市场营销学的知识结构，突出了以培养学生技术应用能力为主导的高职高专教育特色，体现了教材内容的实用性，是高职高专的理想教材和市场营销人员的参考读物。

<<市场营销原理与实务>>

作者简介

作者：(英国)丹尼斯·阿德科克·艾尔·哈尔伯格·卡罗琳·露丝 译者：杨蕊于千千

<<市场营销原理与实务>>

书籍目录

1 什么是市场营销 2 市场营销的定位 3 市场营销环境 4 电子商务：市场营销技术 5 竞争环境 6 购买行为
7 组织购买行为 8 顾客、市场细分与定位 9 市场营销信息 10 市场营销供给：供应商与顾客之间的基本
联系 11 产品和服务：市场营销的可接受因素 12 品牌与顾客关系的建立 13 生产顾客可以获得的产品 14
有效供应：价格和价值 15 沟通方式和促销计划 16 广告 17 直销和网上营销 18 促销、公共关系及相关活
动 19 推销 20 产品策略和新产品的开发 21 营销计划 22 营销调查 23 组织营销分析 24 消费主义、伦理和
社会责任 25 国际营销 26 行为营销 附录

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>