

<<现代市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<现代市场营销学>>

13位ISBN编号：9787509614914

10位ISBN编号：7509614910

出版时间：2011-6

出版时间：经济管理出版社

作者：谢少安 编

页数：309

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>

<<现代市场营销学>>

内容概要

由谢少安主编的《现代市场营销学》力图反映国内外市场理论研究的新成果和实践探索的新经验，引入了关系营销、顾问营销、网络营销、整合营销等新的营销观念和策略，并融合到相关的产品策略、价格策略、分销策略和促销策略之中，形成了现代市场营销理论体系和内容框架。

<<现代市场营销学>>

书籍目录

第一章 导论

第一节 市场与市场营销

第二节 市场营销观念的演进

第三节 市场营销管理

第四节 市场营销学的发展历程

第二章 市场营销环境

第一节 市场营销环境概述

第二节 微观环境分析

第三节 宏观环境分析

第三章 购买行为分析

第一节 消费者购买行为分析

第二节 组织者购买行为分析

第四章 企业战略规划

第一节 企业战略与战略机会

第二节 企业总体战略规划

第三节 企业经营战略规划

第四节 企业营销管理过程

第五节 市场营销管理系统

第五章 目标市场营销

第一节 市场细分

第二节 目标市场选择策略

第三节 市场定位

第六章 产品策略

第一节 产品概述

第二节 产品组合

第三节 产品品牌策略

第四节 包装策略

第五节 产品生命周期

第六节 新产品开发策略

第七章 价格策略

第一节 价格原理

第二节 价格决策流程

第三节 产品定价策略

第四节 价格调整策略

第八章 分销渠道策略

第一节 分销渠道及结构

第二节 批发商与零售商

第三节 分销渠道设计策略

第四节 分销渠道管理策略

第五节 产品实体分配策略

第九章 促销策略

第一节 促销概述

第二节 人员推销策略

第三节 广告策略

第四节 营业推广策略

<<现代市场营销学>>

第五节 公共关系策略

第十章 市场营销的创新与发展

第一节 市场营销理论的创新与发展

第二节 市场营销实践的创新与发展

参考书目

<<现代市场营销学>>

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>