第一图书网, tushu007.com

<<市场营销学教程>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学教程>>

13位ISBN编号：9787542913098

10位ISBN编号：7542913093

出版时间：2005-6

出版时间：立信会计出版社

作者：吕化周

页数：469

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世纪高职高专系列教材：市场营销学教程》主要特点为：　　1.突出基本理论得完整性和系统性。
《21世纪高职高专系列教材：市场营销学教程》分四篇对市场营销学得基础理论体系进行了科学、系统得总结和论述，以求给读者一清晰的学习和研究思路。
　　2.突出理论和方法的前沿性。
《21世纪高职高专系列教材：市场营销学教程》收集了市场营销理论和方法的基础上加以分析，总结，并提出了不少新观念、新理论和新方法。
　　3.突出实用性、简明性。
《21世纪高职高专系列教材：市场营销学教程》在兼顾基本理论和方法的同时，注重引导读者掌握技能和方法。
通过引入案例分析，可提高读者分析问题、解决问题的能力，使理论和实践达到完美的结合。
　　基于以上特点，《21世纪高职高专系列教材：市场营销学教程》适合作大专院校经济类专业和企业高级营销管理人员培训班的教材。

<<市场营销学教程>>

书籍目录

第一篇 总论第一章 市场营销学的研究对象、研究内容及研究方法第一节 市场营销学的研究对象第二节 市场营销学的研究内容和研究方法第三节 市场营销学的形成与发展复习思考题案例 第五季：资本高手的营销试验第二章 现代市场营销观念第一节 市场营销观念的演变与发展第二节 市场营销观念创新复习思考题案例 波音公司再度辉煌第二篇 市场第三章 市场营销环境分析第一节 市场营销环境及其评价第二节 微观环境分析第三节 宏观环境分析复习思考题案例 日本八佰伴失败案例第四章 购买行为分析第一节 消费者购买行为分析第二节 产业市场购买行为分析第三节 政府市场购买行为分析复习思考题案例 “ 三花 ”色拉油的促销第五章 市场调研与预测第一节 市场调研的内容与程序第二节 市场调研的基本方法第三节 市场预测及其基本程序第四节 市场预测的主要方法及其评价复习思考题案例 Jell-O的市场调研第六章 目标市场选择及目标市场策略第一节 市场细分第二节 市场细分的标准及其有效性第三节 目标市场策略及其选择第四节 市场定位复习思考题案例 康师傅方便面进入大陆市场的策略第三篇 市场营销组合策略第七章 市场营销组合的概念及其应用第一节 市场营销组合的概念及其特点第二节 市场营销组合的作用复习思考题案例 “ 稀世宝 ”的营销组合第八章 产品策略第一节 产品与产品组合第二节 产品生命周期及其策略第三节 发展新产品策略复习思考题案例 美国微软公司第九章 品牌与包装策略第一节 品牌与商标的概念第二节 品牌策略及品牌管理第三节 包装策略第四节 企业形象识别系统与国际互联网域名复习思考题案例 温州虎牌打火机如何称雄世界第十章 定价策略第一节 定价环境第二节 定价目标第三节 定价方法第四节 企业定价的技巧第五节 企业价格调整策略第六节 应付竞争者变价的对策复习思考题案例 火腿行业的价格战第十一章 渠道策略第一节 分销渠道及其结构第二节 分销渠道系统的发展第三节 中间商第四节 分销渠道的设计与选择第五节 实体分配第六节 电子分销复习思考题案例 佳都国际分销渠道第十二章 促销策略第一节 促销与促销组合第二节 人员推销第三节 广告与宣传第四节 营业推广第五节 公共关系复习思考题案例 “ 名人 ”与“ 商务通 ”的促销战第四篇 市场营销管理第十三章 营销队伍的设计与管理第一节 营销队伍的设计与管理第二节 销售人员的招聘、培训与激励第三节 销售人员的业绩评价第四节 销售人员的薪酬制度复习思考题案例 激励态度的源泉第十四章 市场营销计划、组织与控制第一节 市场营销计划第二节 市场营销组织第三节 市场营销控制复习思考题案例 华方公司功能纺织物的营销方案第十五章 市场营销战略第一节 市场营销机会分析第二节 市场营销战略概述第三节 市场竞争战略分析第四节 居于不同市场地位企业的竞争战略复习思考题案例 “ 海尔 ”营销战略的演变主要参考书目

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