

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787542927880

10位ISBN编号：7542927884

出版时间：2011-6

出版时间：立信会计出版社

作者：李俊峰

页数：303

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

《市场营销学》是根据高职高专培养营销人才的需要，融合了国内外市场营销领域的新发展和国内外专家研究的新成果，结合我国社会主义市场经济条件下的企业营销实践，在总结多年教学与实践经验的基础上编写而成。

全书按照市场营销管理过程来组织内容，涵盖了本课程应掌握的基本知识点、基础理论与基本技能，并适当介绍了一些营销理论的新领域和新观念。

全书各章节尽量采用案例导入，以引起学生的学习兴趣和思考。

每章附小结、思考与练习，便于学生巩固学习。

<<市场营销学>>

书籍目录

第一章 绪论第一节 市场和市场营销第二节 市场观念及其发展第三节 营销中的技术革命第四节 认识顾客价值第五节 营销的职能本章小结思考与练习技能实训：内曼·马库斯第二章 市场营销环境和社会责任第一节 市场营销环境的含义和特点第二节 微观营销环境第三节 宏观营销环境第四节 市场营销环境分析第五节 营销的社会责任本章小结思考与练习技能实训：林迪公司第三章 购买行为分析第一节 不同市场及其购买行为特点第二节 消费者购买行为分析第三节 生产者购买行为分析本章小结思考与练习技能实训：戈雅食品有限公司第四章 市场营销需求测量与预测第一节 市场需求测量第二节 市场需求估量和预测方法本章小结思考与练习技能实训：太平洋再生技术公司的预测在海外失灵第五章 市场调研与信息系统第一节 市场营销调研的基础概念第二节 市场营销调研的方法和程序第三节 市场营销信息系统本章小结思考与练习技能实训：帮助一家医院寻找能带来希望的新名称第六章 市场营销战略第一节 市场营销战略概述第二节 企业使命和目标第三节 市场竞争分析与竞争战略第四节 知识经济时代的市场营销战略本章小结思考与练习技能实训：菲斯特服饰：扩大外贸市场的发展战略第七章 市场细分、目标市场选择与市场定位第一节 市场细分第二节 目标市场和目标市场的选择第三节 市场定位本章小结思考与练习技能实训：国产手机的发展第八章 产品策略第一节 产品组合策略第二节 产品生命周期第三节 新产品开发策略第四节 品牌策略第五节 包装策略本章小结思考与练习技能实训：老产品俏起来第九章 价格策略第一节 价格及其影响因素第二节 企业的一般定价方法第三节 定价策略与调价策略本章小结思考与练习技能实训：定价：商家的心理战第十章 分销策略第一节 分销渠道策略第二节 批发商与零售商第三节 物流策略本章小结思考与练习技能实训：乐凯的分销策略第十一章 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 公共关系策略第五节 营业推广策略第六节 促销组合策略应用本章小结思考与练习技能实训：2004年VC花旗参含片江苏促销推广第十二章 市场营销管理第一节 市场营销计划第二节 市场营销组织第三节 市场营销控制本章小结思考与练习技能实训：神州数码的营销组织变革第十三章 服务营销与国际营销第一节 服务市场营销概述第二节 国际市场营销本章小结思考与练习技能实训：美国商务部对中国彩电业的反倾销案

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>