第一图书网, tushu007.com

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787542927897

10位ISBN编号：7542927892

出版时间：2011-2

出版时间：立信会计出版社

作者：池丽华，朱文敏 编

页数：365

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

池丽华、朱文敏主编的《市场营销学》根据普通高等院校应用性学科建设的要求，结合社会主义市场经济条件下企业对人才的需求编写，以市场营销发展的最新研究成果为基础，较为全面、系统地阐述了市场营销的基本思想和基本理论，从实践应用角度总结了营销创造顾客价值的过程及方式。
其主要内容包括：营销的核心是为顾客创造价值、营销理论从4P到4C与4R的演变、1P理论、营销战略及执行、营销信息管理、营销环境分析、消费者行为分析、目标市场确定与定位、4P营销组合(产品、价格、渠道、促销)的策略应用、卖场营销等。
《市场营销学》是校企合作的结果，体现了“融于实践、源于实践、高于实践、服务实践”的特点。
《市场营销学》作为上海市重点学科(商品流通学)建设项目的标志性成果之一，既适合商学院各专业作为教材，也适合流通业界人士作为参考书。

<<市场营销学>>

书籍目录

第1章 市场营销导论【引导案例】与顾客一起创造价值一、经济发展导致消费方式改变二、市场营销内涵三、市场营销过程四、市场营销基本原则五、客户关系管理六、营销延伸本章小结【问题与探讨】【案例分析】【实践训练】第2章 营销理论发展与创新【引导案例】三人卖药，谁最赚钱一、市场营销发展阶段二、市场营销观念三、市场营销组合理论演变四、市场营销创新理论——1P理论本章小结【问题与探讨】【案例分析】【实践训练】第3章 战略、营销组织与管理【引导案例】纽康茶战略一、企业战略二、营销战略管理三、营销组织与管理本章小结【问题与探讨】【案例分析】【实践训练】第4章 营销信息管理【引导案例】肯德基进入中国市场之前的市场调研一、营销信息与营销信息系统二、营销调研三、市场需求与市场预测本章小结【问题与探讨】【案例分析】【实践训练】第5章 市场营销环境【引导案例】在险境驰骋的“千里马”一、市场营销环境概述二、市场营销宏观环境三、市场营销微观环境四、市场营销环境分析与对策本章小结【问题与探讨】【案例分析】【实践训练】第6章 消费者行为【引导案例】从豆浆到维他奶一、消费者市场及其特点二、消费者行为模式三、影响消费者购买行为的因素四、消费者购买决策过程本章小结【问题与探讨】【案例分析】【实践训练】第7章 目标市场营销【引导案例】苏州指甲钳厂的市场细分和差别营销一、市场细分二、目标市场选择三、市场定位本章小结【问题与探讨】【案例分析】【实践训练】第8章 产品策略【引导案例】宝洁公司的产品组合策略一、整体产品概念二、产品组合策略三、品牌策略四、包装策略五、产品市场生命周期策略六、新产品开发策略七、服务营销策略本章小结【问题与探讨】【案例分析】【实践训练】第9章 价格策略【引导案例】火腿肠行业的价格战一、价格制定二、企业定价策略三、价格调整策略本章小结【问题与探讨】【案例分析】【实践训练】第10章 分销渠道策略【引导案例】家乐福入场费风波一、营销渠道与分销渠道二、渠道参与者三、分销渠道策略选择四、影响分销渠道的因素五、分销渠道设计六、现代物流七、网络分销渠道八、渠道整合——派生营销本章小结【问题与探讨】【案例分析】【实践训练】第11章 促销策略【引导案例】“霞飞”化妆品的促销策略一、沟通模式与促销组合二、广告策略三、直接营销策略四、公共关系策略五、销售促进策略六、人员销售策略本章小结【问题与探讨】【案例分析】【实践训练】第12章 卖场营销【引导案例】以满足顾客需求为中心的塞夫威公司一、卖场营销概述二、零售商卖场营销策略三、卖场营销实务本章小结【问题与探讨】【案例分析】【实践训练】主要参考文献

编辑推荐

池丽华、朱文敏主编的《市场营销学》每章都有若干“启示故事"，通过引用一些实例及点评，使读者能加深对相关理论知识的认识和理解，其中的“案例资料”大部分由作者采编，部分引用“案例资料”因出处不详而未标注来源。
每章都设有“问题与探讨”、“案例分析”和“实践训练”，可作为学生课后的作业或课堂讨论。
《市场营销学》的主要特点是由行业人员参与共同编写，是校企合作的成果。
本书营销理论体系较为完善和详尽，且通俗易懂，可作为普通高等院校相关专业的教材，也可以作为企业从业人员培训教材或参考书。

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