第一图书网, tushu007.com

<<市场营销理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<市场营销理论与实务>>

13位ISBN编号：9787542928344

10位ISBN编号：7542928341

出版时间：2011-5

出版时间：立信会计出版社

作者：姚小远

页数：278

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

《市场营销理论与实务》共分15章，遵从一般市场营销理论的基本框架，从战略与策略两条主线对市场营销理论进行分析，其中第一章是概述篇，第二章至第七章是对市场营销的战略分析，第八章至第十四章是市场营销的基本策略分析，第十五章从商业企业的管理角度阐述如何进行市场营销的管理。

<<市场营销理论与实务>>

书籍目录

第一章 市场和市场营销
 第一节 市场的含义和相关概念
 第二节 市场营销的含义
 第三节 市场营销学的形成和发展
 第四节 学习市场营销学的意义和方法
第二章 市场营销观念
 第一节 市场营销观念的演进
 第二节 市场营销学的发展和创新
第三章 市场营销环境分析
 第一节 市场营销系统和环境
 第二节 市场营销微观环境
 第三节 市场营销宏观环境
第四章 市场营销调研和预测
 第一节 市场营销调研
 第二节 市场营销预测
第五章 市场购买行为分析
 第一节 不同市场及购买者行为概述
 第二节 消费者购买行为分析
 第三节 生产者购买行为分析
 第四节 中间商、政府和社团市场购买行为分析
第六章 目标市场选择
 第一节 市场细分
 第二节 选择目标市场
 第三节 市场定位
第七章 市场营销战略
 第一节 市场营销战略概述
 第二节 市场发展战略
 第三节 市场竞争战略
第八章 产品策略
 第一节 产品整体概念
 第二节 产品生命周期
 第三节 产品组合策略
 第四节 新产品开发
 第五节 品牌和包装策略
第九章 价格策略
 第一节 影响企业定价的因素
 第二节 企业定价的程序和定价方法
 第三节 企业定价的基本策略
第十章 分销渠道策略
 第一节 分销渠道的模式
 第二节 分销渠道的类型
 第三节 分销渠道的管理
第十一章 促销策略
 第一节 促销组合策略
 第二节 人员推销策略

第三节 营业推广策略
第十二章 广告策略
第一节 广告和广告策略
第二节 广告定位和实施策略
第三节 广告传播和媒体策略
第四节 广告市场策略
第十三章 公共关系策略
第一节 公共关系概述
第二节 公共关系策略的目标和原则
第三节 公共关系策略的内容和形式
第四节 公共关系策略的实施
第十四章 网络营销
第一节 网络营销的内涵
第二节 网络营销组合策略
第三节 网络营销常用的工具和手段
第十五章 市场营销管理
第一节 市场营销的组织
第二节 市场营销的计划
第三节 市场营销的控制
第四节 市场营销的审计
参考文献

编辑推荐

《市场营销理论与实务》(作者姚小远、康善招)共分15章，遵从一般市场营销理论的基本框架，从战略与策略两条主线对市场营销理论进行分析，其中第一章是概述篇，第二章至第七章是对市场营销的战略分析，第八章至第十四章是市场营销的基本策略分析，第十五章从商业企业的管理角度阐述如何进行市场营销的管理。

第一图书网, tushu007.com

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