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：9787561220108

10位ISBN编号：7561220103

出版时间：2005-8

出版时间：西北工大

作者：张群

页数：304

字数：426000

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

全书根据市场营销学的理论体系，系统地阐述了市场营销基本理论、知识和方法，在编排上既注重了市场营销学理论的完整性，又考虑到了学科的新发展。
主要内容包括：市场营销学概述、营销环境分析、购买行为分析、市场调查与预测、目标市场营销策略、市场营销战略、产品策略、价格策略、分销策略、促销策略、市场营销组织与管理、市场营销的新领域等。
此外，本书还突出了实用性和易读性，各章节之中均配备了思考题和案例，便于读者理解和掌握。
　本书可作为高等院校经济管理类专业的教材，也适合企业营销人员参考之用。

<<市场营销学>>

书籍目录

第1章 市场营销学概述 1.1 市场与市场营销 1.2 企业经营观念的演进 1.3 顾客满意与顾客价值 1.4 市场营销管理 1.5 市场营销学的应用和研究方法 思考题 案例第2章 市场营销环境分析 2.1 市场营销环境概述 2.2 微观营销环境分析 2.3 宏观营销环境分析 思考题 案例第3章 购买行为分析 3.1 消费者市场 3.2 影响消费者购买行为的主要因素 3.3 消费者购买类型及购买决策过程分析 3.4 生产者市场购买行为分析 思考题 专题讨论第4章 市场调查与预测 4.1 市场营销信息系统 4.2 市场调研 4.3 市场需求预测 思考题 案例第5章 目标市场营销策略 5.1 市场细分 5.2 目标市场选择 5.3 目标市场定位 思考题 案例第6章 市场营销战略 6.1 市场营销战略 6.2 企业的基本竞争战略 6.3 企业不同的市场竞争地位与战略选择 思考题 案例第7章 产品策略 7.1 产品的概念与分类 7.2 产品组合策略 7.3 产品寿命周期 7.4 新产品开发策略 7.5 品牌策略 7.6 包装策略 思考题 案例第8章 价格策略 8.1 影响产品定价的因素 8.2 定价方法 8.3 定价策略 8.4 价格调整策略 思考题 案例第9章 分销策略 ……第10章 促销策略第11章 市场营销组织与管理第12章 市场营销的新领域参考文献

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