

<<现代市场营销>>

图书基本信息

书名：<<现代市场营销>>

13位ISBN编号：9787562333999

10位ISBN编号：7562333998

出版时间：2011-1

出版时间：华南理工大学出版社

作者：梁文光

页数：250

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>

<<现代市场营销>>

内容概要

《现代市场营销》系统介绍了市场营销理论的基本框架和内容，详细阐述了市场营销学的最新理论和发展实践。

主要内容包括：市场营销概论、市场营销的环境分析、购买行为分析、市场营销信息系统与市场调研、目标市场营销、产品策略、定价策略、分销渠道策略、促销策略、市场营销的新领域、服务市场营销等。

《现代市场营销》可作为高等职业学院、成人高等学校的财经与管理类教材，也可作为企事业单位管理人员的参考用书。

书籍目录

第一章 市场营销概论学习目标个案导读1.1 理解市场营销1.2 市场营销管理以及发展1.3 学习市场营销的意义和方法本章小结关键概念案例讨论练习题第二章 市场营销的环境分析学习目标个案导读2.1 市场营销环境的含义及特点2.2 影响营销的微观环境2.3 市场营销的宏观环境2.4 营销环境与企业营销的关系本章小结关键概念案例讨论练习题第三章 购买行为分析学习目标个案导读3.1 消费者市场特征和购买行为3.2 影响消费者购买行为的因素3.3 消费者购买决策过程3.4 产业市场本章小结关键概念案例讨论练习题第四章 市场营销信息系统与市场调研学习目标个案导读4.1 市场营销信息系统4.2 市场营销调研本章小结关键概念案例讨论练习题第五章 目标市场营销学习目标个案导读5.1 市场细分5.2 目标市场选择5.3 市场定位本章小结关键概念案例讨论练习题第六章 产品策略学习目标个案导读6.1 产品整体概念6.2 产品生命周期6.3 新产品开发6.4 品牌策略6.5 包装策略本章小结关键概念案例讨论练习题第七章 定价策略学习目标个案导读7.1 影响定价的主要因素7.2 定价的一般方法7.3 定价的基本策略本章小结关键概念案例讨论练习题第八章 分销渠道策略学习目标个案导读8.1 分销渠道的职能与类型8.2 影响分销渠道的因素8.3 分销渠道的设计8.4 分销渠道管理8.5 批发与零售本章小结关键概念案例讨论练习题第九章 促销策略学习目标个案导读9.1 促销与促销组合9.2 人员推销策略9.3 广告策略9.4 公共关系策略9.5 销售促进策略本章小结关键概念案例讨论练习题第十章 市场营销的新领域学习目标个案导读10.1 绿色营销10.2 整合营销10.3 关系营销10.4 网络营销本章小结关键概念案例讨论练习题第十一章 服务市场营销学习目标个案导读11.1 服务市场营销概念11.2 服务营销策略11.3 服务失败与补救11.4 服务质量管理本章小结关键概念案例讨论练习题参考文献致老师

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>