第一图书网, tushu007.com

<<新编市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<新编市场营销学>>

13位ISBN编号：9787564036881

10位ISBN编号：7564036885

出版时间：2010-9

出版时间：北京理工大学出版社

作者：余丽琼，刘新贵　主编

页数：226

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

本书立足于高等教育培养目标，突出对学生实践能力的培养，在认真总结本课程教学实践的基础上，充分吸收本学科理论研究的新成果和营销实践的新经验和新材料。
全书共设11章，每章又包括导入性案例、案例与讨论、实战实训等内容。
在阐述市场营销的基本思想、原理及方法的基础上，着重介绍了营销战略的选择和营销策略的制定等内容，这些内容也是本课程的重点所在。

书籍目录

第一篇　感知市场营销　第一章 市场营销概述　第一节 市场与市场营销　第二节 市场营销观念　第三节 案例与讨论　第二章 企业战略规划与营销管理过程　第一节 企业战略规划概述　第二节 总体经营战略规划　第三节 市场营销管理过程　第四节 案例与讨论第二篇 市场机会分析　第三章 市场调研与营销信息系统　第一节 市场营销调研　第二节 市场营销信息系统　第三节 案例与讨论　第四章 市场营销环境分析　第一节 宏观市场营销环境　第二节 微观市场营销环境　第三节 企业对环境影响的对策　第四节 案例与讨论　第五章 消费者购买行为分析　第一节 消费者购买行为分析　第二节 生产者购买行为分析　第三节 案例与讨论第三篇 营销战略选择　第六章 市场竞争分析　第一节 市场竞争的基本特征　第二节 市场竞争者分析　第三节 市场竞争的主要策略　第四节 案例与讨论　第七章 目标市场营销战略　第一节 市场细分概述　第二节 市场细分的标准和方法　第三节 目标市场选择　第四节 市场定位　第五节 案例与讨论第四篇 营销策略制定　第八章 产品策略　第一节 产品与产品组合　第二节 产品市场生命周期策略　第三节 新产品开发　第四节 品牌及包装策略　第五节 案例与讨论　第九章 定价策略　第一节 企业定价的主要因素　第二节 定价的方法及程序　第三节 定价策略　第四节 案例与讨论　第十章 渠道策略　第一节 分销渠道的概述　第二节 分销渠道决策　第三节 分销渠道的管理　第四节 中间商的类型　第五节 案例与讨论　第十一章 促销策略　第一节 促销与促销组合　第二节 人员推销策略　第三节 广告策略　第四节 营业推广策略　第五节 公共关系策略　第六节 案例与讨论参考文献

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