第一图书网, tushu007.com

<<市场营销>>

图书基本信息

书名：<<市场营销>>

13位ISBN编号：9787564049744

10位ISBN编号：756404974X

出版时间：2011-8

出版时间：北京理工大学出版社

作者：郑屹立 编

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

《市场营销》共包括12章，分别是市场营销导论、市场分析、市场营销环境分析、购买者行为分析、市场细分、目标市场与市场定位、产品策略、定价策略、分销渠道策略、促销策略、市场营销组织与控制市场营销方式的新发展。
本书可作为本科院校或高职高专市场营销类专业的教学用书和参考书。

<<市场营销>>

书籍目录

第一章 市场营销导论
学习目的
案例导入
第一节市场营销与营销组合
第二节市场营销观念
第三节市场营销学相关理论及研究方法
本章小结
课后练习
实训活动
案例分析
第二章 市场分析
学习目的
案例导入
第一节市场的基本概念和分类
第二节市场竞争分析
第三节市场调查与预测
本章小结
课后练习
实训活动
案例分析
第三章 市场营销环境分析
学习目的
案例导入
第一节市场营销环境概述
第二节宏观市场营销环境
第三节微观市场营销环境
第四节营销环境分析方法
本章小结
课后练习
实训活动
案例分析
第四章 购买者行为分析
学习目的
案例导入
第一节消费者市场购买行为分析
第二节组织市场购买行为分析
本章小结
课后练习
实训活动
案例分析
第五章 市场细分
学习目的
案例导入
第一节市场细分的概念与作用
第二节市场细分的原则、标准、步骤和方法

本章小结
课后练习
实训活动
案例分析
第六章 目标市场与市场定位
学习目的
案例导入
第一节目标市场选择
第二节影响目标市场策略选择的因素
第三节市场定位
本章小结
课后练习
实训活动
案例分析
第七章 产品策略
学习目的
案例导入
第一节产品整体
第二节产品组合
第三节产品生命周期理论
第四节新产品开发
第五节产品品牌策略
第六节产品包装策略
本章小结
课后练习
实训活动
案例分析
第八章 定价策略
学习目的
案例导入
第一节价格影响因素分析
第二节定价的程序与一般方法
第三节定价策略
本章小结
课后练习
实训活动
案例分析
第九章 分销渠道策略
学习目的
案例导入
第一节分销渠道概述
第二节分销渠道策略选择
第三节批发商与零售商
第四节分销渠道的管理
本章小结
课后练习
实训活动

案例分析
第十章 促销策略
学习目的
案例导入
第一节促销和促销组合
第二节广告
第三节人员推销
第四节营业推广
第五节公共关系
本章小结
课后练习
实训活动
案例分析
第十一章 市场营销组织和控制
学习目的
案例导入
第一节市场营销组织
第二节市场营销控制
本章小结
课后练习
实训活动
案例分析
第十二章 市场营销方式的新发展
学习目的
案例导入
第一节关系营销
第二节网络营销
本章小结
课后练习
实训活动
案例分析
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