

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787564208288

10位ISBN编号：7564208287

出版时间：2010-8

出版时间：上海财经大学出版社有限公司

作者：赵天娥 编

页数：286

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>

<<市场营销学>>

内容概要

本书具有以下特色： 1.浅显易懂，简明扼要 本书紧扣高职高专的基础理论知识，本着“必需、够用”的原则，适应教育培养应用型人才的要求，突出职业能力的培养，力求做到文辞精练、逻辑清晰、简洁明了、重点突出。

内容上的时代性和中国特色，使本书有很强的适用性；结构上主题突出，简化了读者的学习过程，减少了学习难度，从而增加了本书的易读性。

2.资料前沿，案例化教学 每章前有开篇案例和学习目的与要求，每章后有案例分析和复习思考(配有相应的习题)。

开篇案例力求简明扼要，引出主题或本章主要内容；分析案例具有一定的典型性，紧密结合各章节内容或对某一内容的深化。

尽量使用营销实践案例，有利于使学生更好地领会教材的真谛，达到培养学生提高分析问题和解决问题能力的目的。

3.图文并茂，力求新颖 在编写中，尽可能运用图表等形式，以丰富教材的内容，加深对知识点的理解。

编写的结构是按照市场营销学的理论体系为线索，以市场营销学理论框架的各个知识模块为主题进行的，具有很强的知识、原理和工具的对应性。

4.使用方便 本书还配有教学课件和对应的习题集及参考答案，方便了教师的教学和学生的自学。

<<市场营销学>>

书籍目录

前言第一章 市场营销概述 【开篇案例】 第一节 市场营销学的产生和发展 第二节 市场与市场营销
第三节 市场营销哲学 第四节 市场营销学的研究对象、意义及方法 【本章小结】 【关键词】 【
复习思考题】 【参考案例】第二章 市场营销环境 【开篇案例】 第一节 市场营销环境概述 第二节
市场营销微观环境 第三节 市场营销宏观环境 第四节 市场营销环境分析与对策 【本章小结】 【
关键词】 【复习思考题】 【参考案例】第三章 市场营销信息系统与市场调查 【开篇案例】 第一节
市场营销信息系统 第二节 市场营销调查 第三节 市场营销调查报告的撰写 【本章小结】 【
关键词】 【复习思考题】 【实训操作】第四章 顾客购买行为分析 【开篇案例】 第一节 顾客价值理论
第二节 消费者购买行为分析 第三节 生产者购买行为分析 【本章小结】 【关键词】 【
复习思考题】第五章 目标市场营销战略 【开篇案例】 第一节 市场细分 第二节 目标市场选择 第三节 市场定
位 【本章小结】 【关键词】 【复习思考题】 【参考案例】第六章 产品策略 【开篇案例】 第一
节 产品及分类 第二节 产品市场生命周期 第三节 新产品开发 第四节 商标、品牌和包装策略 第五节
产品组合 【本章小结】 【关键词】 【复习思考题】 【参考案例】第七章 定价策略 【开篇案例
】 第一节 影响产品定价的因素 第二节 企业的定价方法 第三节 企业的定价策略 第四节 企业的价格
调整 【本章小结】 【关键词】 【复习思考题】 【参考案例】第八章 渠道策略 【开篇案例】 第
一节 分销渠道 第二节 中间商 第三节 分销渠道设计 第四节 分销渠道管理 【本章小结】 【
关键词】 【复习思考题】 【参考案例】第九章 促销策略 【开篇案例】 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 公共关系策略 第五节 营业推广策略 【本章小结】 【
关键词】 【复习思考题】 【参考案例】第十章 市场营销管理过程 【开篇案例】 第一节 市场营销战略
规划 第二节 市场营销计划 第三节 市场营销组织 第四节 市场营销控制 【本章小结】 【
关键词】 【复习思考题】 【参考案例】第十一章 国际市场营销 【开篇案例】 第一节 国际市场营销的含义与
特点 第二节 国际市场营销环境 第三节 国际市场营销进入方式 第四节 国际市场营销组合策略 【
本章小结】 【关键词】 【复习思考题】 【参考案例】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>