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：9787564313302

10位ISBN编号：7564313307

出版时间：2011-8

出版时间：西南交通大学出版社

作者：王淑霞

页数：235

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

《21世纪全国应用型本科财经管理系列规划教材：市场营销学》作为“21世纪全国应用型本科财经管理系列规划教材”之一，本着“好教、好学、好用”的原则，按照社会对经管类专业人才知识结构和能力结构的要求：在内容上，对市场营销学传统的知识架构进行取舍，并结合相关知识加入能力训练内容；在体例上，每章开头有“导入案例”，中间有“小案例”“延伸阅读”，结尾有“思考题”和“实训题”，这样的安排有利于学生的学习和教师的教学。

<<市场营销学>>

书籍目录

第一章 市场营销概述第一节 市场与市场营销第二节 市场营销的核心概念第三节 营销观念第四节 营销理念的新发展第二章 市场营销环境分析第一节 微观环境要素第二节 宏观环境要素第三节 市场营销环境分析第三章 消费者购买行为分析第一节 消费者市场的特点第二节 影响购买行为的主要因素第三节 购买决策过程第四章 组织市场及其购买行为分析第一节 组织市场的类型与特点第二节 生产者市场的购买行为第三节 中间商市场的购买行为第四节 非营利性组织的购买行为第五章 市场竞争分析第一节 识别企业的竞争者第二节 企业竞争地位的确立与竞争策略第六章 市场营销战略第一节 市场细分第二节 目标市场选择第三节 市场定位第七章 产品策略第一节 产品与产品组合第二节 品牌策略第三节包装策略第四节 产品生命周期特点及其应用第五节 新产品开发第八章 定价策略第一节 影响产品定价的主要因素第二节 定价方法第三节 定价策略第四节 价格调整策略第九章 渠道策略第一节 分销渠道的类型与特征第二节 中间商第三节 分销渠道策略与冲突管理第十章 促销策略第一节 促销组合策略第二节 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 公共宣传策略第十一章 营销管理第一节 市场营销计划第二节 市场营销组织第三节 市场营销执行第四节 市场营销控制第五节 市场营销审计第十二章 服务营销第一节 服务与服务业第二节 服务质量第三节 服务营销策略第十三章 国际市场营销第一节 国际市场营销概述第二节 国际市场营销环境第三节 进入国际市场的方式参考文献

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