

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787565403811

10位ISBN编号：7565403814

出版时间：2011-7

出版时间：东北财经大学出版社有限责任公司

作者：李怀斌，周学仁，张北光 编著

页数：328

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

本书是由东北财经大学教授、博士生导师李怀斌，博士周学仁和大连乐天叁陆伍购物有限公司总经理张北光共同编著、供大专院校相关专业的师生教学使用和企业经营管理人员自修提高的一本简明教材。

与国内外同类教材相比，本书具有专业和简约的特色。

目前，营销教科书日益多样化，正式出版的国内外市场营销教材累计达近千种版本。

其中，国外的内容多样、素材丰富、可读性强，但表述和结构比较松散；国内的层次和系统性好些，但内容有些单调和一般化。

无论国外的还是本土的教材，篇幅大多比较厚重。

基于这种现状，本书一方面在国内外同类教材中选取主流的和权威的中外营销版本作为参考，广泛吸收其好的方面；另一方面按营销的逻辑和流程，对体系和内容进行了简约化设计和编辑，以明晰和凸显营销的基本原理和具体方法。

本书内容分14章，主要介绍营销的特征和任务、营销流程和导向、营销的目标以及营销的调研和策划等；营销的环境和市场；营销战略与策略；以及市场营销组织和控制实务。

<<市场营销学>>

书籍目录

第1章 市场营销概述

学习目标

1. 1 市场营销
1. 2 市场营销导向
1. 3 市场营销管理

本章小结

营销动态：营销组合理论的发展

案例分析：通用公司的自动洗碗机

复习思考题

第2章 顾客满意与顾客忠诚

学习目标

2. 1 顾客价值与顾客满意
2. 2 顾客长期价值与顾客忠诚
2. 3 顾客的吸引与维系

本章小结

营销动态：顾客价值的相关研究

案例分析：卡特皮勒如何让顾客满意

复习思考题

第3章 关系营销与社会责任营销

学习目标

3. 1 关系营销
3. 2 社会责任营销

本章小结

营销动态：善因营销的福利效应

案例分析：上海宝祥公司的关系营销理念

复习思考题

第4章 市场营销调研与预测

第5章 市场营销战略策划

第6章 市场营销环境与竞争者

第7章 分析与选择目标市场

第8章 产品与服务策略

第9章 品牌策略

第10章 价格策略

第11章 分销策略

第12章 整合营销传播策略

第13章 国际营销策略

第14章 市场营销组织与控制

参考文献

<<市场营销学>>

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>