

<<市场营销基础>>

图书基本信息

书名：<<市场营销基础>>

13位ISBN编号：9787801936103

10位ISBN编号：7801936108

出版时间：2007-9

出版时间：中华工商联

作者：王建民

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>

<<市场营销基础>>

前言

随着市场经济的不断发展,许多新的营销理念和营销方式应运而生。

为了适应新的经济发展形势对人才的需求,为了更好地满足教学需要,中等职业教育规划教材编写组织相关专业骨干教师编写了本教材。

在编写过程中,编者本着“易教易学”的原则,不仅注重学生基础知识的学习,而且着力培养学生的综合素质,并且紧跟国家有关经济形势的发展变化,把最新的理念融入教材,使教材内容更加完善、准确。

同时,编者添加了适量案例,使学生能够比较容易地理解市场营销理论,使枯燥的知识学习变得更加生动、有趣;“知识链接”和“营销案例”的设置进一步拓展了学生的知识面。

为了便于老师教学和学生学习,每章后均附有“本章思考与练习”,包括思考题、案例分析和实践训练3种题型,方便学生及时巩固所学知识。

相关专家审稿后认为,“本书内容全面,结构合理,注重实际技能的培养,具有较强的实践性和应用性”。

本书不仅是中等职业学校市场营销专业基础性教材,也可作为营销人员岗位培训教材和自学用书。

全书共分为10章,主要包括市场营销概述、市场营销环境分析、市场分析、消费者市场与购买行为、市场细分与目标市场、产品策略、价格策略、分销渠道策略、促销策略以及电子商务与网络营销等内容。

<<市场营销基础>>

内容概要

《市场营销基础》共分为10章，主要包括市场营销概述、市场营销环境分析、市场分析、消费者市场与购买行为、市场细分与目标市场、产品策略、价格策略、分销渠道策略、促销策略以及电子商务与网络营销等内容。

《市场营销基础》内容全面，结构合理，注重实际技能的培养，具有较强的实践性和应用性，不仅是中等职业学校市场营销专业基础性教材，也可作为营销人员岗位培训教材和自学用书。

<<市场营销基础>>

书籍目录

第一章 市场营销概述第一节 市场营销学的研究对象和内容第二节 营销观念本章思考与练习第二章 市场营销环境分析第一节 宏观市场营销环境分析第二节 微观市场营销环境分析本章思考与练习第三章 市场分析第一节 市场概述第二节 消费品市场第三节 生产资料市场本章思考与练习第四章 消费者市场与购买行为第一节 消费者市场与消费者购买行为的模式第二节 影响消费者心理和购买行为的因素第三节 消费者购买决策过程本章思考与练习第五章 市场细分与目标市场第一节 市场细分第二节 目标市场选择第三节 市场定位本章思考与练习第六章 产品策略第一节 产品组合策略第二节 产品生命周期策略第三节 新产品开发与推广策略第四节 品牌与商标策略本章思考与练习第七章 价格策略第一节 定价原理第二节 定价方法第三节 定价策略本章思考与练习第八章 分销渠道策略第一节 分销渠道的概念及其类型第二节 分销渠道的选择与管理第三节 垂直一体化的分销渠道体系本章思考与练习第九章 促销策略第一节 促销与促销组合第二节 广告与公共关系第三节 人员推销第四节 销售促进本章思考与练习第十章 电子商务与网络营销第一节 电子商务的基本知识第二节 网络营销本章思考与练习

章节摘录

插图：（三）关系营销观念关系营销观念是系统营销观念的进一步运用和发展。

它以“系统论”为基本指导思想，将企业置身于社会大环境中，以考察企业的市场营销。

关系营销观念认为，企业营销活动是一个与消费者、竞争者、供应商、分销商、政府机构以及社会组织发生互动的过程，正确处理与这些个人和组织的关系是企业市场营销的核心。

关系营销观念以建立与发展同相关个人及组织之间的关系为基本出发点，营销活动的核心从传统的交易转到建立稳定的关系。

关系营销观念具有以下几个特点：1.注重保住顾客一般营销观念通常是在满足消费者需求的前提下，注重每次销售，希望从每次的销售中获取利润。

关系营销观念注重的是如何保住顾客，建立顾客的忠诚度，在此基础上不断吸引新顾客，从而获得长期的利益。

关系营销观念并不计较单次销售或获利的多少，它注重的是潜在的市场销售，注重保持良好的顾客关系。

2.以产品利益为导向关系营销观念强调营销产品应满足顾客的需求，因此，在开展营销活动时注重宣传产品能帮助顾客解决问题，突出利益差别。

一般营销观念则比较侧重产品特征，即在同类产品中，本企业产品有别于其他企业产品的地方，从外观或性能方面提醒消费者，使消费者认清产品特征。

3.高度强调对顾客的服务一般营销观念要求以消费者需求为中心，以适当的产品、适当的价格、适当的手段去满足这种需求，它的重点在于产品是否符合消费者需求，却没有强调对顾客的服务。

关系营销观念认为，除了有令顾客满意的产品外，还应向消费者提供周到的服务，全方位满足他们的需求。

<<市场营销基础>>

编辑推荐

《市场营销基础》：中等职业教育规划教材，中等职业教育教材编写委员会专家审定。

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>