第一图书网, tushu007.com

<<营销管理>>

图书基本信息

书名：<<营销管理>>

13位ISBN编号：9787810826235

10位ISBN编号：7810826239

出版时间：2005-9

出版时间：北方交通大学

作者：万晓

页数：455

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

本书在参阅国内外相关教材框架结构的基础上，增加了市场营销学的新理论。
突出案例教学，以增强实践性。
全书共分15章，内容包括：绪论、战略规划与市场营销管理过程、市场调研和预测、市场营销环境、购买行为、市场细分与目标市场选择、竞争性市场营销策略、产品策略、价格策略、分销策略、促销策略、服务营销、网络营销、市场营销组织计划与控制、国际营销。
　本书适用于工商管理硕士、经济管理类专业研究生和高年级本科生课程教学，也可作为企业培训教材之用。

书籍目录

第1章 绪论 1.1 市场营销学的产生及发展 1.2 市场营销学研究对象与研究方法 1.3 市场营销的核心概念 1.4 市场营销观念的发展 小结 复习思考题 案例 案例思考题第2章 战略规划与市场营销管理过程 2.1 企业战略规划 2.2 市场营销管理 2.3 市场营销组合战略 小结 复习思考题 案例 案例思考题第3章 市场调研和预测 3.1 市场调研 3.2 市场预测 小结 复习思考题 案例 案例思考题第4章 市场营销环境 4.1 市场营销环境的含义及特点 4.2 市场营销宏观环境 4.3 市场营销微观环境 4.4 市场营销环境分析与对策 小结 复习思考题 案例 案例思考题第5章 购买行为 5.1 消费者购买行为 5.2 组织市场购买行为 小结 复习思考题 案例 案例思考题第6章 市场细分与目标与市场 6.1 市场细分 6.2 目标市场选择 6.3 市场定位 小结 复习思考题 案例 案例思考题第7章 竞争性市场营销策略 7.1 竞争战略的类型和竞争环境分析 7.2 竞争者分析 7.3 市场竞争战略 小结 复习思考题 案例 案例思考题第8章 产品策略第9章 定价策略第10章 分销策略第11章 促销策略第12章 服务营销第13章 网络营销第14章 市场营销组织、计划与控制第15章 国际市场营销

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