

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787810886604

10位ISBN编号：7810886606

出版时间：2007-1

出版时间：四川西南财经大学

作者：钟旭东，朱焱 编著

页数：376

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

《市场营销学》从现实的市场角度出发，通过对市场营销相关的市场细分、目标、定位、营销组合要素等概念和内容的介绍与分析，全面完整地阐述了市场营销的实质、过程和方法。

《市场营销学》突出的特点就是营销思路清晰、系统，讲求实用性，是在校学生及企业管理者了解系统营销思想和方法的实用读本。

《市场营销学》可作为市场营销、工商管理、电子商务等专业本科学生的专业课程教材，也可作为相关市场营销人员的学习用书和培训教材。

<<市场营销学>>

书籍目录

第一章 市场营销概述第一节 市场营销概念第二节 市场营销观念第二章 市场营销环境第一节 市场营销环境概述第二节 市场营销环境内容第三章 买者行为分析第一节 影响消费者购买行为的因素第二节 消费者态度和购买行为过程第三节 组织购买者分析第四章 规划企业战略第一节 确定任务目标第二节 安排业务组合第三节 制定增长战略第五章 竞争战略分析第一节 竞争对手分析第二节 基本竞争战略第三节 竞争地位战略第四节 组建战略联盟第六章 目标市场战略第一节 市场信息化第二节 市场细分化第三节 市场目标化第四节 市场定位第七章 产品策略第一节 产品整体策略第二节 产品组合策略第三节 产品生命周期第四节 产品开发策略第八章 价格策略第一节 价格因素第二节 定价方法第三节 定价策略第九章 分销策略第一节 渠道结构第二节 渠道成员第三节 供应链物流管理第十章 整合营销沟通第一节 营销沟通模式第二节 整合营销沟通第十一章 人员推销第一节 人员推销概述第二节 人员推销策略第十二章 直复营销第一节 直复营销概述第二节 直复营销策略第十三章 商业广告与销售促进策略第一节 商业广告策略第二节 销售促进策略第十四章 公共关系和企业形象策略第一节 公共关系策略第二节 企业形象策略第十五章 市场营销策划和管理第一节 市场营销策划第二节 市场营销管理参考文献后记

<<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>