

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787811220476

10位ISBN编号：7811220474

出版时间：2007-8

出版时间：东北财大

作者：李怀斌

页数：258

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

本书是一本供高等院校相关专业的师生教学和企业经营管理人员自修提高的简明教程，具有专业化和简约化的特色。

本书由东北财经大学李怀斌教授和博士生周学仁共同编写。

全书内容分12章，主要介绍营销的特征和任务、营销流程和导向、营销的目标及营销的调研和策划、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。

此外，为了反映营销内容的新变化和便于读者学习，本书还增加了品牌专章，在各章前增加了学习目标，在各章正文中添加了小阅读、小拓展、小思考等多样化内容，在各章后列出了全章小结、阅读材料、案例简析和复习思考题。

本书还参考借鉴了国内外诸多营销学者的成果，在此表示最诚挚的谢意。同时，也希望读者能够对本书的疏漏批评指正，以便及时修订。

## &lt;&lt;市场营销学&gt;&gt;

## 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阅读材料：营销组合理论的发展案例分析：曾宪梓一手缝制的“金利来”复习思考题第2章 顾客价值与关系营销学习目标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 关系营销本章小结阅读材料：顾客价值的相关研究案例分析：失败的“新可乐”复习思考题第3章 市场营销调研与预测学习目标3.1 市场营销调研概述3.2 市场调查方法3.3 市场需求预测本章小结阅读材料：开展网上市场调研的条件与问题案例分析：北京市居民的住宅需求调查复习思考题第4章 市场营销战略策划学习目标4.1 市场营销战略策划概述4.2 现有业务组合策划4.3 新业务发展战略策划本章小结阅读材料：营销战略策划的体系演变案例分析：春兰的多角化复习思考题第5章 市场营销环境与竞争者学习目标5.1 扫描市场营销环境5.2 竞争者与竞争战略本章小结阅读材料：竞争战略的三大流派案例分析：《经济观察报》的橙色进攻复习思考题第6章 分析与选择目标市场学习目标6.1 市场与购买者行为6.2 市场的细分、选择与定位本章小结阅读材料：市场细分的两端理论案例分析：老年人健身体育用品市场复习思考题第7章 产品与服务策略学习目标7.1 产品概述7.2 产品策略7.3 服务策略本章小结阅读材料：产品分类理论的演进案例分析：华龙方便面的产品组合复习思考题第8章 品牌策略学习目标8.1 品牌概述8.2 品牌资产的管理8.3 品牌策略.....第9章 价格策略第10章 分销策略第11章 整合营销传播策略第12章 市场营销组织与控制

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>