

<<市场营销管理>>

图书基本信息

书名：<<市场营销管理>>

13位ISBN编号：9787111128779

10位ISBN编号：711112877X

出版时间：2003-9

出版时间：机械工业

作者：金永生

页数：384

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>

<<市场营销管理>>

内容概要

《市场营销管理》比较详尽地介绍了市场营销管理的起源与发展, 论述了市场营销观念的演变, 企业营销规划与营销管理过程, 市场及营销环境分析, 营销调研的方法、技术与过程控制, 消费者购买行为与决策过程, 市场竞争战略, 市场细分化与目标市场选择, 整合营销传播战略, 产品组合与产品策略, 品牌定位、管理与品牌策略, 定价的基本程序、基本策略与技巧, 分销渠道的职能、类型与管理, 物流的营销职能、存货控制与物流策略, 促销组合与广告效果测定, 市场营销计划、组织与控制, 市场营销的特点、分类及步骤, 网络营销及其策略等内容。

全书在内容选择及逻辑组织上循序渐进, 尽量保持理论概念展开与操作技能叙述的相对完整性, 力求满足营销理论知识的前瞻性、方法技能普适性与案例材料实用性的要求, 并在每章配有引例、案例分析及思考题。

《市场营销管理》可作为普通高等院校经济管理类各专业教材, 也可供有关研究人员、企业营销经理等阅读和参考。

书籍目录

编者的话前言第一章 市场营销引论第一节 市场营销学概述第二节 市场营销学的产生、发展与传播第三节 工商企业市场营销观念的演变案例分析本章精要思考题第二章 企业营销规划和营销管理过程第一节 企业战略规划概述第二节 企业营销战略规划过程第三节 企业市场营销管理程序案例分析本章精要思考题第三章 市场分析第一节 市场的概念和分类第二节 消费品市场分析第三节 工业品市场分析第四节 技术市场分析第五节 金融市场分析案例分析本章精要思考题第四章 市场营销环境分析第一节 企业市场营销环境第二节 市场营销环境机会与环境威胁第三节 市场营销宏观环境系统分析第四节 市场营销微观环境分析案例分析本章精要思考题第五章 市场营销调研第一节 市场调查概述第二节 市场机会研究第三节 市场调查的步骤、方法与技术案例分析本章精要思考题第六章 消费者行为研究第一节 消费者购买行为第二节 影响消费者购买行为的因素第三节 消费者购买决策过程案例分析本章精要思考题第七章 市场竞争战略第一节 行业竞争结构分析第二节 市场竞争战略第三节 竞争者分析案例分析本章精要思考题第八章 市场细分与目标市场营销第一节 市场细分概述第二节 市场细分的标准第三节 目标市场选择第四节 市场定位案例分析本章精要思考题第九章 整合营销传播战略第十章 产品策略第十一章 品牌策略第十二章 定价策略第十三章 分销渠道第十四章 物流策略第十五章 促销策略第十六章 市场营销策划第十七章 网络营销参考文献

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>