

<<市场营销原理>>

图书基本信息

书名：<<市场营销原理>>

13位ISBN编号：9787111168720

10位ISBN编号：7111168720

出版时间：2005-7

出版时间：机械工业出版社

作者：林长富

页数：239

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>

## <<市场营销原理>>

### 内容概要

概述、企业战略及营销管理过程、市场营销环境、消费者购买行为研究、市场竞争策略、目标市场营销、产品策略、价格策略、分销策略、促销策略、特别阐述了各种营销策略的运用，是一本实用性较强的教材。

本书每章末均附有题型多样的复习思考题。

本书的编写以培养应用型专业人才为目标，内容充实，逻辑性强，注重企业营销业务的实用性和操作性。

本教材适用于高职高专市场营销、工商管理、电子商务等经济管理类专业。

书籍目录

序前言第一章 概述 第一节 市场营销学的概念及产生与发展第二节 市场营销观念的演变第三节 市场营销观念的实施复习思考题第二章 企业战略及营销管理过程第一节 企业营销战略的含义与特点第二节 企业战略规划程序及内容第三节 企业营销管理过程第四节 SWOT分析法复习思考题第三章 市场营销环境第一节 宏观市场营销环境第二节 微观市场营销环境第三节 企业对环境影响的对策复习思考题第四章 消费者购买行为研究第一节 购买行为模式理论第二节 消费者购买行为分析第三节 生产者购买行为分析复习思考题第五章 市场竞争策略第一节 市场竞争的基本特征及主要形式第二节 市场竞争者分析第三节 市场竞争的基本策略复习思考题第六章 目标市场营销第一节 市场细分第二节 市场细分的标准和方法第三节 目标市场选择第四节 市场定位复习思考题第七章 产品策略第一节 产品与产品组合第二节 产品的经济生命周期第三节 新产品开发第四节 商标第五节 包装复习思考题第八章 价格策略第一节 影响企业定价的主要因素.....第九章 分销策略第十章 促销策略参考文献

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>