

<<市场营销理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<市场营销理论与实务>>

13位ISBN编号：9787121013942

10位ISBN编号：7121013940

出版时间：2005-7

出版时间：电子工业出版社

作者：胡德华

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>

## <<市场营销理论与实务>>

### 内容概要

全书内容分三大部分，共12章。

第一部分系统地介绍了市场营销的基本理论，第二部分较为科学地阐述了营销产品、价格、渠道、促销等营销战略与决策，第三部分实用性地介绍了市场营销写作实务。

本书以市场营销理论为主线，始终贯彻理论联系实际的原则，注重创新，讲究实用，重点突出，系统全面，注重更多地通过案例来帮助读者学习和理解。

本书既可以作为高职高专院校市场营销专业和其他经贸管理类专业的教学用书，也可以作为市场营销职业人员资格认证学习用书以及企业营销与管理人员自学参考用书。

## <<市场营销理论与实务>>

### 书籍目录

第1章 市场营销概述 1.1 市场营销与市场营销哲学 1.2 营销管理与销售管理 1.3 市场营销环境分析 1.4 顾客让渡价值 本章小结 本章案例 复习思考题 实训题第2章 战略市场营销与营销管理过程 2.1 战略市场营销 2.2 市场营销管理过程 2.3 市场营销计划 本章小结 本章案例 复习思考题 实训题第3章 消费者及市场消费者购买行为 3.1 消费者市场 3.2 消费者的购买动机和购买行为 3.3 影响消费者购买行为的基本因素 3.4 消费者购买决策过程 本章小结 本章案例 复习思考题 实训题第4章 市场细分与目标市场定位 4.1 市场细分和目标市场营销的意义 4.2 市场细分的依据及有效细分的条件 4.3 目标市场营销战略及其影响因素 4.4 市场定位 本章小结 本章案例 复习思考题 实训题第5章 营销产品决策 5.1 营销产品组合决策 5.2 营销品牌与包装策略 5.3 营销产品经济生命周期决策 5.4 新产品开发决策 本章小结 本章案例 复习思考题 实训题第6章 营销价格决策第7章 营销渠道决策第8章 整合营销传播第9章 服务市场营销第10章 市场营销组织与控制第11章 市场营销方式的发展第12章 市场营销写作实务参考文献

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>