

<<市场营销>>

图书基本信息

书名：<<市场营销>>

13位ISBN编号：9787121034619

10位ISBN编号：7121034611

出版时间：2007-1

出版时间：电子工业

作者：孙金霞

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>>

内容概要

本教材详细阐述了市场营销基本理论，市场营销观念及发展，市场营销环境与分析，消费者需求及购买行为分析，目标市场选择，市场营销战略和策略规划，产品和产品策略，产品生命周期和新产品开发策略，价格策略，分销渠道策略，促销策略，市场营销组织、实施与控制等。

本教材适用于高职高专院校市场营销、财务会计、工商管理、电子商务等专业选用，也可作为广大营销爱好者的理想读物。

<<市场营销>>

书籍目录

第1章 市场营销概述 1.1 市场营销与市场营销学 1.2 市场概述 1.3 市场营销管理 本章小结 复习思考题 实训题第2章 市场营销观念及发展 2.1 市场营销观念 2.2 市场营销观念的新发展 本章小结 复习思考题 实训题第3章 市场营销环境与分析 3.1 市场营销环境概述 3.2 市场营销微观环境分析 3.3 市场营销宏观环境分析 3.4 市场营销环境分析与对策 本章小结 复习思考题 实训题第4章 消费者需求及购买行为分析 4.1 顾客满意与顾客让渡价值 4.2 消费者需求研究 4.3 消费者购买动机分析 4.4 消费者购买行为分析 本章小结 复习思考题 实训题第5章 目标市场营销 5.1 市场细分的原理和方法 5.2 目标市场营销策略 5.3 市场定位策略 本章小结 复习思考题 实训题第6章 市场营销战略和策略规划 6.1 市场营销战略概述 6.2 市场营销战略规划 6.3 市场营销策略规划 本章小结 复习思考题 实训题第7章 产品和产品策略 7.1 整体产品分析 7.2 产品品牌策略 7.3 产品包装策略 7.4 产品组合策略 本章小结 复习思考题 实训题第8章 产品市场生命周期与新产品开发策略 8.1 产品市场生命周期概述 8.2 产品市场生命周期营销策略 8.3 新产品开发与推广策略 本章小结 复习思考题 实训题第9章 价格策略 9.1 影响企业定价的因素与定价程序 9.2 企业定价方法 9.3 企业定价策略 9.4 企业价格调整决策 本章小结 复习思考题 实训题第10章 分销渠道策略 10.1 分销渠道概述 10.2 分销渠道的设计、选择与管理 10.3 分销渠道中的中间商 10.4 分销渠道的新发展 本章小结 复习思考题 实训题第11章 促销策略 11.1 促销与促销组合 11.2 人员推销策略 11.3 广告策略 11.4 营业推广策略 11.5 公共关系促销策略 本章小结 复习思考题 实训题第12章 市场营销的组织、实施与控制 12.1 市场营销计划 12.2 市场营销组织 12.3 市场营销实施 12.4 市场营销控制 本章小结 复习思考题 实训题参考文献

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>