

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787122052278

10位ISBN编号：7122052273

出版时间：2009-7

出版时间：化学工业出版社

作者：杨顺勇 编

页数：241

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

本书系统地介绍了现代市场营销理论的基本框架和内容，详细阐述了市场营销学的最新理论及其发展。

内容包括：市场营销环境，消费者市场，组织市场，营销调研与预测，企业战略计划，目标市场营销，产品决策，价格决策，渠道决策，促销决策，市场营销计划、组织与控制，国际市场营销等。

在体系与内容上，注重理论与实践的紧密结合，涵盖了近年来市场营销理论的新观点，具有可操作性。

本书内容新颖、简明通俗、实用性强，并附有大量实例。

可作为高校专业教材，也适合从业人员参考使用。

本书提供网络教学支持，并及时更新相关教案、教学参考及阅读资料，有助于加深学生对本书内容的理解，并指导学生利用网络进行自主性、研究性学习。

## &lt;&lt;市场营销学&gt;&gt;

## 书籍目录

1 导论 1.1 市场营销学的特点 1.2 市场营销的核心概念 1.3 市场营销的创新与发展 本章小结 复习与思考 案例分析：新经济时代的五大营销理念 参考文献2 市场营销环境 2.1 市场营销环境概述 2.2 市场营销宏观环境 2.3 市场营销微观环境 本章小结 复习与思考 案例分析：太阳能热水器的营销环境 参考文献3 消费者市场 3.1 市场分类 3.2 消费者市场的购买行为特点 3.3 影响消费者购买的主要因素 3.4 消费者的购买决策过程 本章小结 复习与思考 案例分析：卖酒不如卖水？

参考文献4 组织市场 4.1 组织市场的类型和特点 4.2 影响组织购买的因素 4.3 组织采购过程 4.4 非营利机构和政府市场 本章小结 复习与思考 案例分析：戴尔的采购流程 参考文献5 营销调研与预测 5.1 营销信息管理系统 5.2 市场营销调研 5.3 市场需求量的测量与预测 本章小结 复习与思考 案例分析：中国消费者需要什么样的快餐？

参考文献6 企业战略计划 6.1 企业战略与战略管理 6.2 规划总体战略 6.3 经营业务单位的竞争战略 6.4 市场营销管理过程 本章小结 复习与思考 案例分析：三星的战略变革 参考文献7 目标市场营销 7.1 市场细分 7.2 目标市场的选择 7.3 市场定位策略 本章小结 复习与思考 案例分析：上海老年用品市场分析 参考文献8 产品决策 8.1 产品的整体概念 8.2 产品组合 8.3 产品生命周期 8.4 新产品开发策略 8.5 品牌和包装策略 本章小结 复习与思考 案例分析：古奇 (GUCCI)品牌的维系 参考文献9 价格决策 9.1 影响价格决策的主要因素 9.2 确定产品价格的一般方法 9.3 产品定价的基本策略 9.4 价格调整策略 9.5 发动和应对价格改变 本章小结 复习与思考 案例分析：格兰仕的价格策略 参考文献10 渠道决策11 促销策略12 市场营销计划、组织与控制13 国际市场营销

## &lt;&lt;市场营销学&gt;&gt;

## 章节摘录

1 导论 学习目标 学完本章,你应该能够: 1.了解市场营销学的外延和内涵 2.掌握市场营销的核心概念 3.掌握当今市场营销的创新发展趋势 基本概念 市场 市场营销 市场营销学 市场营销管理 市场营销观念 1.1 市场营销学的特点 市场营销学的研究对象是什么?

1.1.1 市场营销学的产生 市场营销学于20世纪初创建于美国并向全球扩散、传播,成为世界各国企业界和学术界所关注和接受的学说,在实践中得到不断完善和发展,使其进一步融入了世界各国的国情与文化,丰富了内涵,也增强了适应性。

19世纪之前,市场营销尚未形成一门独立的学科。

20世纪初,随着垄断资本主义的出现,以及“科学管理”的实施,企业的生产效率大大提高,市场规模不断扩大,经销方式也更加复杂,于是客观上产生了对市场进行研究的需要,这就是市场营销学产生的时代背景。

一些经济学家和企业就根据企业销售活动的需要,开始研究销售的技巧,研究各种推销方法,1902~1903年美国的密执安大学、加利福尼亚大学和伊利诺斯大学,最早开出了市场营销学课程。

以后哈佛大学、威斯康星大学等也开设了市场营销学,并有研究小组专门探讨有关这门学科的问题。1913年哈佛大学的赫杰特齐(G.E.Hegertg)写出了第一本以“市场学”命名的教材,其内容涉及分配渠道和广告问题。

但当时市场营销学还未形成明确的理论原则和系统的结构体系,也未引起社会的广泛重视,因此还处于萌芽阶段。

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>