

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787215057074

10位ISBN编号：7215057070

出版时间：2005-8

出版时间：河南人民出版社

作者：王延荣

页数：534

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

《21世纪经济管理类系列教材：市场营销学》围绕“企业如何开展市场营销”这一主题，按照企业开展市场营销活动过程依次展开。从消费者市场分析、组织市场分析、市场营销内外环境分析、企业经营战略和营销战略的制定，到营销策略的制定，销售策略实施以及营销过程组织与控制，进行了全面、系统的剖析。这种体系结构，便于读者循序渐进地、系统地掌握营销理论、方法及策略。

<<市场营销学>>

书籍目录

第1章 导论：直面21世纪的营销变革学习目的与要求1.1 企业家、市场与市场营销1.2 市场营销学的产生和发展1.3 市场营销哲学的演变1.4 市场营销的理论创新1.5 研究市场营销学的意义和方法本章小结思考与练习第2章 消费者市场及其购买行为学习目的与要求2.1 消费者市场与消费者行为模式2.2 影响消费者购买行为的主要因素2.3 消费者购买决策过程本章小结思考与练习第3章 组织市场及其购买行为学习目的与要求3.1 组织市场的类型和特点3.2 生产者市场及其购买行为3.3 中间商市场及其购买行为3.4 非营利性组织及其购买行为本章小结思考与练习第4章 市场需求调查与预测学习目的与要求4.1 市场需求测量4.2 市场营销调研过程4.3 市场营销调研方法4.4 市场需求预测方法本章小结思考与练习第5章 企业经营战略与规划学习目的与要求5.1 企业经营战略的概念和特征5.2 企业战略环境分析5.3 企业经营领域、经营思想和经营目标5.4 企业经营战略选择5.5 企业市场营销战略本章小结思考与练习第6章 目标市场战略学习目的与要求6.1 市场细分战略6.2 目标市场战略6.3 市场定位本章小结思考与练习第7章 市场竞争战略学习目的与要求7.1 竞争者分析7.2 企业一般竞争战略7.3 市场领导者战略7.4 市场挑战者的竞争策略7.5 市场追随者的竞争策略7.6 市场利基者的战略本章小结思考与练习第8章 产品策略学习目的与要求8.1 产品整体概念8.2 产品组合8.3 产品生命周期8.4 新产品开发8.5 新产品市场扩散本章小结思考与练习第9章 品牌、商标与包装策略学习目的与要求9.1 品牌与商标的基本概念9.2 品牌与商标策略9.3 包装策略本章小结思考与练习第10章 定价策略学习目的与要求10.1 营销定价概述10.2 营销定价的一般方法10.3 营销定价的基本策略10.4 营销价格调整本章小结思考与练习第11章 分销策略学习目的与要求11.1 分销渠道的职能与类型11.2 分销渠道策略11.3 中间商11.4 物流策略本章小结思考与练习第12章 促销策略学习目的与要求12.1 促销与促销组合12.2 广告策略12.3 人员推销12.4 公共关系策略12.5 营业推广策略本章小结思考与练习第13章 市场营销计划、组织与控制学习目的与要求13.1 市场营销计划13.2 市场营销组织13.3 营销风险与控制13.4 市场营销审计本章小结思考与练习第14章 市场营销信息系统学习目的与要求14.1 市场营销信息概述14.2 市场营销信息系统的构成14.3 市场营销信息系统的子系统14.4 市场营销信息系统的开发14.5 市场营销信息系统的运行管理本章小结思考与练习第15章 特殊领域的市场营销学习目的与要求15.1 国际市场营销15.2 服务市场营销15.3 技术市场营销本章小结思考与练习主要参考文献

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>