

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787302271611

10位ISBN编号：7302271615

出版时间：2011-12

出版时间：清华大学出版社

作者：唐平 主编

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

《市场营销学(第2版)》按照市场营销工作内容及流程编写,设置了学习情境,布置了学习任务,并提供完成任务所需的知识点及营销策略,系统地介绍了市场营销基本原理、市场营销环境与市场调查策划、制定市场营销战略、市场策划、制定产品策略、定价策略、分销渠道的设计与管理、促销策划、网络营销、绿色营销与营销道德等基本技能和知识。最后的附录部分介绍了如何编写营销策划书,使读者能够将所学的知识与技能通过策划书综合地表达与应用。

《市场营销学(第2版)》编写体例新颖、内容丰富,理论与实践并重,非常适合作为高等职业院校及成人高等院校市场营销课程的教材,同时也可以作为企业培训教材。  
课件下载地址为<http://www.tup.com.cn>。

## &lt;&lt;市场营销学&gt;&gt;

## 书籍目录

## 学习情境1 认识市场营销

## 项目任务1.1 市场营销

- 知识点1.1.1 市场营销概念
- 知识点1.1.2 市场营销观念
- 知识点1.1.3 市场营销相关概念
- 知识点1.1.4 市场营销学
- 知识点1.1.5 市场营销组合

## 项目任务1.2 市场营销理论的产生与发展

- 知识点1.2.1 形成时期
- 知识点1.2.2 应用时期
- 知识点1.2.3 革命时期

## 项目任务1.3 市场营销学研究的目的是和内容

- 知识点1.3.1 市场营销学研究的目的是
- 知识点1.3.2 市场营销学研究的内容

## 巩固提高

## 学习情境2 市场营销环境与市场调查策划

## 项目任务2.1 市场营销环境

- 知识点2.1.1 市场营销环境概述
- 知识点2.1.2 市场营销环境内容

## 项目任务2.2 市场调查

- 知识点2.2.1 市场调查的内容和方法
- 知识点2.2.2 问卷法的基本步骤

## 巩固提高

## 学习情境3 制定市场营销战略

## 项目任务3.1 确定企业竞争优势

- 知识点3.1.1 成本优势
- 知识点3.1.2 差异化

## 项目任务3.2 选择市场竞争战略

- 知识点3.2.1 市场领导者战略
- 知识点3.2.2 市场挑战者战略
- 知识点3.2.3 市场追随者战略
- 知识点3.2.4 市场补缺者战略

## 项目任务3.3 确定企业业务发展方向

- 知识点3.3.1 现有业务调整战略
- 知识点3.3.2 密集增长战略
- 知识点3.3.3 一体化发展战略
- 知识点3.3.4 多元化增长战略

## 巩固提高

## 学习情境4 市场策划

## 项目任务4.1 市场细分

- 知识点4.1.1 市场细分
- 知识点4.1.2 市场细分标准

## 项目任务4.2 目标市场选择

- 知识点4.2.1 目标市场
- 知识点4.2.2 目标市场策略

## <<市场营销学>>

### 项目任务4.3 市场定位

知识点4.3.1 市场定位

知识点4.3.2 市场定位方法

#### 巩固提高

### 学习情境5 制定产品策略

#### 项目任务5.1 制定产品组合策略

知识点5.1.1 现代市场营销中的整体产品概念

知识点5.1.2 整体产品概念对企业营销活动的意义

知识点5.1.3 产品组合的宽度、长度、深度和关联性

知识点5.1.4 产品组合策略

#### 项目任务5.2 产品生命周期策略

知识点5.2.1 产品生命周期阶段

知识点5.2.2 产品生命周期策略

#### 项目任务5.3 新产品开发

知识点5.3.1 新产品概念及种类

知识点5.3.2 新产品开发程序

#### 项目任务5.4 品牌与包装策略

知识点5.4.1 品牌与商标的概念

知识点5.4.2 品牌化策略

知识点5.4.3 品牌使用者策略

知识点5.4.4 品牌质量策略

知识点5.4.5 家族品牌策略

知识点5.4.6 品牌扩展策略

知识点5.4.7 多品牌策略

知识点5.4.8 品牌重新定位策略

知识点5.4.9 包装策略

#### 巩固提高

### 学习情境6 定价策略

#### 项目任务6.1 定价目标与影响定价的因素

知识点6.1.1 定价目标

知识点6.1.2 影响定价的因素

#### 项目任务6.2 定价方法

知识点 6.2.1 成本导向定价法

知识点 6.2.2 竞争导向定价法

知识点 6.2.3 需求导向定价法

#### 项目任务6.3 定价技巧

知识点6.3.1 心理定价

知识点6.3.2 需求弹性定价

知识点6.3.3 新产品定价

知识点6.3.4 折价定价

知识点6.3.5 促销定价策略

#### 项目任务6.4 价格调整

知识点6.4.1 主动调价

知识点6.4.2 被动调价

#### 巩固提高

### 学习情境7 分销渠道的设计与管理

#### 项目任务7.1 分销渠道的设计

## &lt;&lt;市场营销学&gt;&gt;

- 知识点7.1.1 分销渠道的含义
- 知识点7.1.2 了解分销渠道的类型
- 知识点7.1.3 分析影响分销渠道选择的因素

## 项目任务7.2 分销渠道管理

- 知识点7.2.1 分销渠道管理
- 知识点7.2.2 渠道冲突的管理

## 巩固提高

## 学习情境8 促销策划

## 项目任务8.1 了解促销

- 知识点8.1.1 促销的含义
- 知识点8.1.2 促销工具的特点
- 知识点8.1.3 促销方案的制定

## 项目任务8.2 进行广告策划

- 知识点8.2.1 广告目标确定
- 知识点8.2.2 编制广告预算
- 知识点8.2.3 进行广告信息决策
- 知识点8.2.4 选择广告媒体
- 知识点8.2.5 广告效果的评估

## 项目任务8.3 销售促进工具的使用

- 知识点8.3.1 消费者销售促进
- 知识点8.3.2 贸易销售促进
- 知识点8.3.3 商业销售促进

## 项目任务8.4 公共关系策划

- 知识点8.4.1 公共关系策划
- 知识点8.4.2 公共关系活动的形式

## 项目任务8.5 直复营销

- 知识点8.5.1 建立顾客数据库
- 知识点8.5.2 直复营销的种类

## 巩固提高

## 学习情境9 网络营销

## 项目任务9.1 网络营销的概念、特点与方法

- 知识点9.1.1 网络营销的概念
- 知识点9.1.2 网络营销的特点
- 知识点9.1.3 网络营销的方法

## 项目任务9.2 网络市场调研

- 知识点9.2.1 网上市场调查的特点
- 知识点9.2.2 网络市场调查的基本方法
- 知识点9.2.3 网上市场调查注意事项
- 知识点9.2.4 网上直接市场调查
- 知识点9.2.5 网上间接市场调查

## 项目任务9.3 网络客户服务

## 巩固提高

## 学习情境10 绿色营销与营销道德

## 项目任务10.1 绿色营销

- 知识点10.1.1 绿色营销的含义
- 知识点10.1.2 绿色营销过程

## 项目任务10.2 市场营销道德

<<市场营销学>>

知识点10.2.1 市场营销道德的含义

知识点10.2.2 违背企业营销道德的表现

巩固提高

附录 营销策划书

参考文献

## <<市场营销学>>

### 编辑推荐

《市场营销学（第2版）》特色： 任务驱动： 《市场营销学（第2版）》通过总结归纳我国与国外企业市场营销的案例与经验，从学习情境出发，以项目任务引领营销原理与知识的学习，在制定策略与设计实施策略中掌握市场营销技能与技巧。

学以致用： 《市场营销学（第2版）》通过任务情境设计、引入案例分析，使读者能够结合实际了解市场营销学的基本原理和方法，学会应用营销的策略和技能，制定企业营销活动方案。

读者对象： 《市场营销学（第2版）》适合用作高等职业院校、成人高等院校相关专业的市场营销课程教学，也可以作为企业营销培训及自学者学习用书。

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>