

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787302277132

10位ISBN编号：7302277133

出版时间：2012-1

出版时间：清华大学出版社

作者：苗月新，王生辉 编著

页数：227

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

本书是中央财经大学商学院面向21世纪教学内容和课程体系改革的最新研究成果，是市场营销专业的核心教材。

本书从当代国内外营销理论和营销实践的发展现状出发，坚持理论与实践相结合，阐述与评价相统一，复习思考与案例分析为补充，以简洁新颖的编排风格，全面介绍了市场营销学的基本理论和基本方法，具有一定的创新性、前瞻性和实用性。

本书可作为高等学校市场营销专业本科生和研究生的教材，也可供从事营销工作的人士作为参考读物。

<<市场营销学>>

书籍目录

第1章 市场营销实践与市场营销理论

- 1.1 市场营销实践溯源
- 1.2 早期的销售思想
- 1.3 销售思想的演进——市场营销理论的形成与发展
- 1.4 市场营销的内涵
- 1.5 世界经济剧烈变化对市场营销的影响

案例

复习思考题

第2章 营销观念类型与市场营销管理

- 2.1 传统的营销观念
- 2.2 市场营销观念和社会营销观念
- 2.3 营销观念的扩展
- 2.4 市场营销管理

案例

复习思考题

第3章 市场营销环境分析

- 3.1 微观环境构成
- 3.2 宏观环境构成

案例

复习思考题

第4章 行业与竞争者分析

- 4.1 行业竞争分析
- 4.2 竞争者分析
- 4.3 竞争战略

案例

复习思考题

第5章 营销信息管理与市场营销调研

- 5.1 市场营销信息管理
- 5.2 市场营销调研
- 5.3 市场营销预测

案例

复习思考题

第6章 市场购买者及其购买行为分析

- 6.1 消费者及其购买行为分析
- 6.2 组织市场和组织购买行为分析

案例

复习思考题

第7章 顾客价值分析与客户关系建立

- 7.1 顾客价值及相关概念
- 7.2 感知利益与感知付出
- 7.3 顾客满意
- 7.4 顾客忠诚度与顾客保留战略
- 7.5 客户关系建立

案例

复习思考题

<<市场营销学>>

第8章 市场营销战略规划

- 8.1 企业战略规划
- 8.2 业务战略规划
- 8.3 市场营销规划

案例

复习思考题

第9章 目标市场选择

- 9.1 市场细分
- 9.2 选择目标市场
- 9.3 市场定位

案例

复习思考题

第10章 新产品开发与产品生命周期

- 10.1 新产品开发
- 10.2 新产品的开发过程
- 10.3 产品生命周期

案例

复习思考题

第11章 产品、品牌、包装与服务策略

- 11.1 产品组合策略
- 11.2 品牌策略
- 11.3 包装策略
- 11.4 服务营销策略

案例

复习思考题

第12章 价格决策

- 12.1 价格决策的影响因素
- 12.2 价格决策的目标与方法
- 12.3 价格决策策略

案例

复习思考题

第13章 分销决策

- 13.1 营销渠道概述
- 13.2 营销渠道设计
- 13.3 营销渠道管理
- 13.4 营销渠道发展
- 13.5 经销商管理

案例

复习思考题

第14章 促销决策

- 14.1 促销组合
- 14.2 广告决策
- 14.3 人员推销决策
- 14.4 营业推广决策
- 14.5 公共关系决策

案例

复习思考题

<<市场营销学>>

第15章 国际市场营销

15.1 国际市场营销环境

15.2 进入国际市场的模式

15.3 适应全球市场规划的营销组合

案例

复习思考题

第16章 现代营销方式及其基本内涵

16.1 网络营销

16.2 绿色营销

16.3 整合营销

16.4 关系营销

案例

复习思考题

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>