

<<营销管理>>

图书基本信息

书名：<<营销管理>>

13位ISBN编号：9787304049416

10位ISBN编号：7304049413

出版时间：2010-9

出版时间：中央广播电视大学出版社

作者：韩德昌 编

页数：300

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>

<<营销管理>>

内容概要

本书从分析市场营销观念入手，以现代市场营销理论和策略为主线，介绍营销环境、消费者行为、目标市场及营销组合战略、产品策略、定价策略、定价方法、广告促销、人员促销、营业推广促销、公关促销、分销渠道策略、国际市场营销战略、营销组织与管理等多方面内容，既介绍理论与实践知识，又介绍典型案例和近期中外研究成果；既有相关原则、方法、手段等内容，又有相关制度、组织机构和人员素质等情况。

本书体系完整，观点清楚，夹叙夹议，引人入胜，简明扼要，通俗实用。

本书既适合大专院校相关专业学生学习使用，又适合市场营销和管理人员、经济工作者阅读。

<<营销管理>>

作者简介

韩德昌，教授、博士生导师、经济学博士，中国市场学会常务理事，天津市市场营销协会副理事长，现任南开大学商学院副院长、EMBA

A中心主任，长期从事营销管理及营销战略管理的教学与研究工作。

个人专著有《市场营销谋略》、

《市场营销理论与实务》、《公司战略管理》；合作著作有《中国企业抢滩国际市场》、

《市场调查与市场预测》；主编有《企业定价概论》、《广告理论与实务》、

《市场营销基础》、《注意力营销》等；发表学术论文60多篇。

近几年来承担企业横向研究课题10多项，在企业咨询、培训及营销战略策划等方面积累了一定的经验

。

<<营销管理>>

书籍目录

- 第一章 市场营销及市场营销观念
 - 第一节 市场营销
 - 第二节 营销观念的发展演进
 - 思考与练习
- 第二章 营销环境分析
 - 第一节 宏观环境
 - 第二节 行业环境
 - 第三节 企业内部环境
 - 第四节 营销环境分析方法
 - 思考与练习
- 第三章 消费者行为及客户关系管理
 - 第一节 消费者行为模式
 - 第二节 影响消费者行为的因素
 - 第三节 消费者购买心理
 - 第四节 客户关系管理
 - 思考与练习
- 第四章 目标市场营销战略
 - 第一节 市场细分
 - 第二节 目标市场选择
 - 第三节 市场定位
 - 思考与练习
- 第五章 产品策略
 - 第一节 产品与产品组合策略
 - 第二节 产品市场生命周期策略
 - 第三节 新产品开发策略
 - 第四节 品牌与包装策略
 - 第五节 产品质量决策
 - 思考与练习
- 第六章 价格策略
 - 第一节 定价目标
 - 第二节 定价方法
 - 第三节 定价策略
 - 思考与练习
- 第七章 促销策略
 - 第一节 促销与促销组合
 - 第二节 广告
 - 第三节 人员推销
 - 第四节 营业推广
 - 第五节 公共关系
 - 第六节 直接营销与电子商务
 - 思考与练习
- 第八章 分销渠道策略
- 第九章 营销人员的培养与管理
- 第十章 国际市场营销战略
- 第十一章 市场营销组织与管理

第十二章 市场营销发展的新趋势
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>