

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787309044942

10位ISBN编号：7309044940

出版时间：2005-5

出版时间：复旦大学

作者：徐鼎亚

页数：166

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《市场营销学》第三版的学习指导和同步训练。

该书的最大特点一是简明扼要、深入浅出、实用性强，帮助广大读者更好地学习市场营销学的理论知识，理解和掌握市场营销学的实践操作原理；二是列举每章所要掌握和熟记的重点，按市场营销学的基本理论进行训练（包括单项选择题、多项选择题、简答题、论述题），帮助学生全面把握市场营销学理论；三是对每章的重点难点进行分析，每章又附有内容概略图，使初学者比较容易掌握基本理论。

本书可以作为高等院校学生和教师的学习教学参考之用，也可作为企业管理人员学习市场营销学的辅助读物，还可作为高等教育自学考试“市场营销学”考试的必备工具书。

<<市场营销学>>

书籍目录

1 导论 一、考核内容透视 二、同步训练和习题 三、参考答案 四、重点难点解析 五、本章内容概略图
2 市场营销环境 一、考核内容透视 二、同步训练和习题 三、参考答案 四、重点难点解析 五、本章内容概略图
3 顾客购买行为分析 一、考核内容透视 二、同步训练和习题 三、参考答案 四、重点难点解析 五、本章内容概略图
4 市场信息研究 一、考核内容透视 二、同步训练和习题 三、参考答案 四、重点难点解析 五、本章内容概略图
5 目标市场策略 一、考核内容透视 二、同步训练和习题 三、参考答案 四、重点难点解析 五、本章内容概略图
6 产品策略 一、考核内容透视 二、同步训练和习题 三、参考答案 四、重点难点解析 五、本章内容概略图
7 价格策略 一、考核内容透视 二、同步训练和习题 三、参考答案 四、重点难点解析 五、本章内容概略图
8 分销策略 一、考核内容透视 二、同步训练和习题 三、参考答案 四、重点难点解析 五、本章内容概略图
9 促销策略 一、考核内容透视 二、同步训练和习题 三、参考答案 四、重点难点解析 五、本章内容概略图
10 市场营销管理 一、考核内容透视 二、同步训练和习题 三、参考答案 四、重点难点解析 五、本章内容概略图
后记

章节摘录

(三)名词解释1. 顾客让渡价值是指顾客购买商品时的总价值和总成本之间的差额。

2. 顾客总价值是指顾客在购买商品或劳务时得到的一组利益,包括产品价值、服务价值、人员价值和形象价值等四个方面的内容。

3. 顾客总成本是指顾客购买这一商品或劳务时付出的全部成本,包括货币成本和非货币成本(指顾客购买商品和劳务时付出的时间、精力和体力成本)两个方面。

4. 顾客满意度(Customer Satisfaction;简称CS)有两层涵义:从顾客个人角度理解的顾客满意度是顾客通过对某项产品或服务的消费所感知效果或结果,与他的期望值相比较后所形成的感觉状态;从企业角度理解的顾客满意度是衡量企业经营“质量”,的重要方式,是企业用以评价和增强企业业绩,以顾客为导向的一整套指标体系。

5. 需求弹性指商品需求量对价格变化反应的灵敏程度。

6. 文化从广义上说是指人类从社会历史实践中创造出来的物质财富和精神财富的总和;从狭义上说是指社会的意识形态以及与之相适应的制度和结构。

7. 社会阶层(或参照群体)是指根据职业、收入来源、教育文化水平来划分的人类群体。

8. 相关群体是指购买者的社会联系,是影响消费者购买行为的个人或集团。

9. 购后评价是指消费者购买商品后对商品进行的评价,对企业营销具有巨大的“反馈”作用,评价的好坏直接关系到这个产品在市场上的命运。

后记

我国的经济建设，在社会主义市场经济体制下，正朝着健康的轨道快速发展，国家的综合实力大大增强。

随着社会主义市场经济体制的发展和完善，市场营销学理论的学习和应用已越来越被企业所重视。有许多原来不知名的国有企业、集体企业、民营企业、中外合资企业，按照市场经济的运行规则，运用先进的市场营销理念，改革落后的管理体制，迅速发展成为庞大的企业集团，它们不仅占领了国内的市场份额，而且正在雄心勃勃地走向世界市场。

可以这样说，现代市场营销的理论与实践，是这些企业发展壮大的重要基础。

社会对市场营销学的重视，已经成为中国企业发展的一个热点。

正因为社会对市场营销学理论的重视，广大读者的厚爱，使得作者主编的由复旦大学出版社出版的《市场营销学》，从1997年9月第一版到今天第三版，已经印刷发行20多万册。

也因此，本书的第二版获得了上海市优秀教材三等奖。

为了帮助广大读者更好地学习市场营销学的理论知识，理解和掌握市场营销学的实践操作原理，作者以复旦大学出版社出版的《市场营销学》第三版为基础，编著了《市场营销学--学习指导·同步训练》。

本书有几个特点：一是简明扼要、深入浅出、实用性强，不仅能帮助学习者掌握市场营销学的基本理论，而且还能解决企业营销实践中的实际问题；二是列举每章所要掌握和熟记的重点，按市场营销学的基本理论进行训练(包括单项选择题、多项选择题、简答题、论述题)，这对于全面把握市场营销学理论富有切实的现实意义。

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>