第一图书网, tushu007.com

<<市场营销理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<市场营销理论与实务>>

13位ISBN编号：9787501783700

10位ISBN编号：7501783705

出版时间：2008-3

出版时间：中国经济出版社

作者：王春兰

页数：256

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

内容概要

《十一五高职高专经贸管理类规划教材：市场营销理论与实务》反映当前市场营销理论研究的新方法和所面临的新问题，贴近现实经济生活。
随着时代的发展，市场营销学也在实践中不断充实、完善、发展和创新，它已成为指导企业在声速变化的市场环境和日益激烈的竞争中求生存、谋发展的利器和企业家致胜的法宝，并在社会的各个方面得到了广泛应用。
而《十一五高职高专经贸管理类规划教材：市场营销理论与实务》主要介绍了市场营销环境、市场调查与预测、竞争性市场营销策略、市场营销组合、产品策略、分销渠道策略、市场营销管理等十二章内容。

<<市场营销理论与实务>>

书籍目录

第一章 市场营销导论第一节 市场营销学与市场营销第二节 市场第三节 市场营销观念第二章 市场营销环境第一节 市场营销环境概述第二节 宏观营销环境第三节 微观营销环境第四节 市场营销环境分析与营销对策第三章 市场购买行为分析第一节 消费者市场第二节 组织市场第四章 市场调查与预测第一节 市场调查的概念、作用与程序第二节 市场调查的方法第三节 市场预测的方法第五章 目标市场营销策略第一节 市场细分第二节 目标市场第三节 市场定位第六章 竞争性市场营销策略第一节 竞争者分析第二节 企业竞争策略选择第三节 市场竞争战略第七章 市场营销组合第一节 市场营销组合的内容和作用第二节 市场营销组合的特点与约束条件第八章 产品策略第一节 产品和产品组合策略第二节 产品生命周期第三节 品牌策略第三节 包装策略第五节 新产品开发第九章 价格策略第一节 影响定价的主要因素第二节 定价的一般方法第三节 定价的基本策略第四节 价格调整第十章 分销渠道策略第一节 分销渠道的职能和类型第二节 分销渠道的策略第三节 批发商与零售商第四节 物流策略第十一章 促销策略第一节 促销和促销组合第二节 人员推销第三节 广告第四节 营业推广第五节 公共关系第十二章 市场营销管理第一节 市场营销战略概述第二节 市场营销组织第三节 市场营销计划与执行第四节 市场营销控制参考书目

编辑推荐

第一图书网, tushu007.com

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