

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787509613573

10位ISBN编号：7509613574

出版时间：2011-8

出版时间：经济管理出版社

作者：罗杰·卡特赖特

页数：303

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

为了说明市场营销管理的多面性，我们举出一些真实企业的例子。本书作者感谢水岛航空公司所提供的帮助，它提供了从英国到美国的另外一条航线。由于冰岛航空公司非常有趣的运营特点，以及因为它能够满足潜在顾客群的一些独特需求，所以我们把冰岛航空公司选为一个主要的案例进行研究。尽管很多信息都是由冰岛航空公司和其他组织提供的，然而所有的评论仍然都还是作者个人的观点。

本书分为相互关联的几个部分，在第2章至第14章的末尾都会有推荐阅读材料和一些思考题。希望这对教师布置作业，以及对一般的读者作为需要进行思考的一系列要点都有一些帮助。

## <<市场营销学>>

### 书籍目录

- 第一篇 导论
- 第1章 什么是市场营销?
- 第2章 组织
- 第3章 市场
- 第4章 市场调查
- 第5章 竞争
- 第二篇 产品 / 顾客价值
- 第6章 需求和欲望
- 第7章 理解产品
- 第8章 产品组合和生命周期
- 第三篇 价格 / 成市
- 第9章 成本
- 第10章 质量、价值与价格
- 第四篇 促销 / 沟通
- 第11章 广告
- 第12章 企业形象与公共关系
- 第五篇 渠道 / 便利
- 第13章 分销渠道
- 第14章 理解客户
- 第六篇 结论
- 第15章 市场营销计划

## &lt;&lt;市场营销学&gt;&gt;

## 章节摘录

一种产品或者服务，实际上是一家新的公司，可能正在一个扩张的市场中运营，但是除非产品或者服务是一夜成名的，否则在刚刚推出时其市场份额将会比较低。

市场份额很低，而同时该市场领域增长又很快，这就被称做为“问题孩子”；之所以说问题是因为需要初始启动成本，需要吸引新的顾客，可能还需要培训大量的员工，并建设一套基础设施；而说孩子是因为孩子要想变成大人并在社会中拥有一席之地就必须要对其进行精心的培养。

然而，即使是经过了最好的设计的业务也会遇到成长的问题。

1968年，冠达游轮由于船只没有准备好，拒绝了伊丽莎白女王二世的订单，取消了已经进行了广告宣传的圣诞节巡游，公司直到1969年4月才开始进行巡游业务。

在1994年12月，当航船从汉堡的Blohm和沃斯返回的时候，由于重新装修还没有完成，又出现了类似的问题。

这时，乘客已经准备登船了，而船只却停泊在纽约港，这引来了很多不好的媒体评论，还面临着游客法律诉讼的威胁。

最初彗星班机的问题已经进行了深入的讨论，也有很多汽车需要汽车制造厂家召回，因为这些汽车几乎是刚刚进入商业服务，人们就发现其存在一些缺陷。

一些产品、服务甚至是企业永远都无法解决孩子阶段的问题，几乎就是在它们进入市场，也就是在它们进入前面提到的平稳增长阶段时就很快消失了。

然而，如果产品、服务或者企业通过了低市场份额的阶段，并开始获得新的业务以及顾客的重复购买，那么这就有可能变成为一个明星业务。

如果企业在高速成长的市场里拥有较高的市场份额，也就是在两个方面都非常好，那么这就是一个明星。

.....

## <<市场营销学>>

### 编辑推荐

《市场营销学》是由Perth大学客户关系研究中心的教授罗杰·卡特赖特为广大学生和关注现代组织营销的经理人士所著的经典教材。

本教材主要介绍了市场营销基础知识、4P / 4C策略等。

其特点在于以生动、形象的案例将丰富的市场营销学知识展现给读者，使教材更加亲近读者。

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>