第一图书网, tushu007.com

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787534945571

10位ISBN编号：7534945577

出版时间：2010-7

出版时间：河南科学技术出版社

作者：朱雪芹，李丰威 编

页数：365

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

《市场营销学》的基本框架是按照营销管理过程进行设计的，共十二章。分别是市场营销学概述、营销战略规划与营销管理过程、市场营销环境、市场购买行为分析、营销调研和预测、市场竞争者分析、目标市场战略、产品策略、价格策略、分销渠道策略、促销策略、市场营销组织管理等。

《市场营销学》主要特点是：体系完整；案例新颖；链接有个性；吸收了先进的理论成果；为了配合教学和学生学习，制作了精美的教学课件，以供参考。

<<市场营销学>>

书籍目录

第一章 市场营销学概述第一节 市场、市场营销和市场营销学第二节 市场营销管理哲学第三节 顾客满意第二章 营销战略规划与营销管理过程第一节 企业营销战略计划第二节 企业战略计划过程第三节 市场营销管理过程第三章 市场营销环境第一节 市场营销环境的特征第二节 微观环境分析第三节 宏观环境分析第四节 营销环境机会、威胁与企业对策第四章 市场购买行为分析第一节 消费者市场购买行为分析第二节 组织市场购买行为分析第五章 营销调研和预测第一节 营销信息系统第二节 市场营销调研第三节 市场需求预测第六章 市场竞争者分析第一节 市场竞争者类型第二节 市场竞争战略第三节 市场竞争者策略第七章 目标市场战略第一节 市场细分理论第二节 目标市场战略第三节 市场定位战略第八章 产品策略第一节 产品的整体概念第二节 产品组合策略第三节 产品的市场寿命周期策略第四节 产品品牌策略第五节 产品包装策略第六节 新产品开发与扩散第九章 价格策略第一节 影响企业定价的因素第二节 定价方法第三节 定价策略第四节 价格调整第十章 分销渠道策略第一节 分销渠道及类型第二节 中间商第三节 分销渠道设计与管理第四节 物流决策第十一章 促销策略第一节 促销与促销组合第二节 广告策略第三节 公共关系策略第四节 人员推销策略第五节 营业推广第十二章 市场营销组织管理第一节 市场营销计划与组织第二节 市场营销控制主要参考文献

章节摘录

（7）过度需求。
指某产品的需求超过了企业所能或所愿提供的产品数量。
在过量需求的情况下，营销者的任务是实施低营销，即想办法降低消费者的需求水平。
低营销包括一般低营销和有选择低营销。
一般低营销是指通过提高产品的价格、减少服务和促销活动，降低需求水平；有选择低营销则是尽量降低对组织赢利的贡献较小、甚至使组织亏损的消费者的需求水平。
（8）有害需求。
指消费者对某种对个人或社会有害的商品或服务产生的需求。
如对烟、酒、黄色小说、黄色影视、毒品、武器等的需求都是有害需求。
营销者的任务是抵制营销，即积极地宣传其危害性，让消费者放弃这些产品。
2.产品。
产品是能够满足人的需要和欲望的任何东西，包括有形的商品、服务、体验、财产权和信息等。
商品包括人们购买的食物、饮料、衣服、房子、汽车等。
随着经济的发展，服务业在经济中所占的比重越来越大，如果没有理发店、旅馆、保险公司、航空公司、管理咨询公司等提供的服务，我们的社会将会变得混乱不堪。
体验可以被生产和销售，可以满足消费者的需要。
约瑟夫·派恩和詹姆斯·吉尔摩在《体验经济》中讲述的故事很好地证明了这一点。
在20世纪60年代，丽贝卡的妈妈过生日时，丽贝卡的外婆亲手烤制生日蛋糕，她购买价值1元、2元的原料制蛋糕；20世纪80年代，丽贝卡过生日时，妈妈打电话给超市或面包房订生日蛋糕，这种定制服务花费10～20美元，而许多父母却认为订制蛋糕很合算，因为这样做，他们可以集中精力计划和举行画龙点睛的生日聚会；21世纪初，丽贝卡的女儿过生日时，丽贝卡把整个聚会交给“迪斯尼俱乐部”公司来举办。
在一个叫纽邦德的旧式农场，丽贝卡的女儿和14个小朋友一起体验了旧式的农家生活。
他们用水洗刷牛的身体、放羊、喂鸡，自己制造苹果酒，还要背着干柴爬过小山，穿过树林。
丽贝卡为此付给公司一张146美元的支票。
丽贝卡女儿的生日祝辞上写着：“生日最美妙的东西并非物品。
”　　……

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