

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787560973234

10位ISBN编号：756097323X

出版时间：2011-9

出版时间：华中科技大学出版社

作者：姜太平 编

页数：352

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

《市场营销学》在理论体系完整的基础上，考虑了三本院校教学的实践性要求，同时也加入了一些现代市场营销学发展中的新内容。

本书主要有四大特点：一是强调了市场营销活动中环境的变化；二是突出了企业与顾客之间的关系；三是论述了低碳经济下可持续营销这个现代社会的热点问题；四是阐述了市场营销的相关法律和商务谈判。

《市场营销学》可作为三本院校学生学习市场营销的教材，也可供业内专业人士参考、借鉴。  
全书由姜太平任主编。

## <<市场营销学>>

### 书籍目录

#### 第一章 变化世界中的市场营销

第一节 营销学市场与市场营销

第二节 营销战略管理

第三节 营销管理与营销哲学

第四节 现代营销学的发展与面临的挑战和任务

关键术语

复习思考题

案例评析

#### 第二章 顾客满意与关系营销

第一节 实现顾客满意

第二节 忠诚营销

第三节 关系营销的内容与实施

关键术语

复习思考题

案例评析

#### 第三章 市场环境与市场信息

第一节 企业的宏观环境

第二节 企业的微观环境

第三节 市场调研作用

第四节 市场调研方法

关键术语

复习思考题

案例评析

#### 第四章 消费者市场与购买行为分析

第一节 消费者行为的一般模式

第二节 影响消费者行为的主要因素

第三节 消费者购买决策过程”

关键术语

复习思考题

案例评析

#### 第五章 市场细分与市场定位

第一节 辨认细分市场

第二节 目标市场选定

第三节 市场差异化的工具

第四节 市场定位

关键术语

复习思考题

案例评析

#### 第六章 产品策略

第一节 产品组合策略

第二节 产品生命周期

第三节 新产品开发策略

第四节 品牌策略

第五节 包装策略

关键术语

## <<市场营销学>>

复习思考题

案例评析

### 第七章 定价策略

第一节 商品价格的客观依据

第二节 确定定价目标

第三节 设计定价方法

第四节 研究定价策略和技巧

第五节 折扣价格与补贴

第六节 价格调整与价格改变

关键术语

复习思考题

案例评析

### 第八章 营销渠道与管理

第一节 营销渠道特征

第二节 设计营销渠道

第三节 零售与批发渠道

第四节 物流管理

关键术语

复习思考题

案例评析

### 第九章 促销策略

第一节 促销与促销组合

第二节 广告

第三节 公共关系

第四节 人员推销

第五节 销售促进

关键术语

复习思考题

案例评析

### 第十章 国际市场营销

第一节 国际市场营销概述

第二节 国际营销环境分析

第三节 国际企业进入国际市场的策略

第四节 国际市场营销组合决策

关键术语

复习思考题

案例评析

### 第十一章 低碳经济下的可持续营销

第一节 可持续营销概述

第二节 绿色营销

第三节 社会责任与营销道德

关键术语

复习思考题

案例评析

### 第十二章 营销相关法律法规与商务谈判

第一节 消费者权益保护法

第二节 反不正当竞争法

<<市场营销学>>

第三节 广告法

第四节 商标法

第五节 其他相关法律法规

第六节 商务谈判

第七节 商务谈判的步骤

关键术语

复习思考题

案例评析

主要参考文献

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>