

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787561428177

10位ISBN编号：7561428170

出版时间：2004-9

出版时间：四川大学出版社

作者：张黎明 编

页数：302

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

本书强调了市场性与操作性的结合、理论性与适用性的结合、独创性与继承性的结合，它不仅是关于市场营销理论的教材，更是企业市场营销操作实国的参考书，希望能给读者带来全方位的收获。

本书在写作过程中力求结合国内外市场营销的最新发展理论，准确地阐述市场营销的科学原理，尽可能全面系统地介绍市场营销学的基础理论，充分体现市场营销理论的科学性和系统性的特点。

在具体内容上，力争反映当前市场营销理论研究的新方法和面临的新问题，提供具体可操作的技巧与策略，贴近现实生活，理论联系实际，突出实用性和可操作性。

本书既能作为各大专院校经注管理类与非经济管理类专业的本科学生的教材，又能作为各行各业、不同层次的管理者和市场营销人员自学和研究市场营销学的参考书。

在本书部分章节后面，我们附有案例和思考题，帮助读者加深对有关理论和内容的理解。

## &lt;&lt;市场营销学&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 市场营销学概述 1.1 市场营销学的产生与发展 1.2 市场营销学在中国的发展 1.3 市场营销学的研究对象 1.4 市场营销学的研究内容 思考师练习题第2章 市场营销及其相关概念 2.1 市场营销的含义 2.2 市场营销中的核心概念 2.3 市场营销观念的演变 2.4 市场营销的功能 2.5 市场营销的作用 案例：美国福特汽车公司和通用汽车公司的早期竞争 思考题练习题第3章 企业战略及营销管理过程 3.1 战略的含义 3.2 营销管理过程 3.3 战略规划 3.4 战略实施 3.5 战略控制 3.6 战略评价 案例：丰田营销战略管窥 思考与练习题第4章 市场营销环境 4.1 市场营销环境概述 4.2 宏观环境分析 4.3 微观环境 4.4 市场环境机会与风险 案例：“小四轮”在爬坡第5章 消费者行为分析 5.1 消费者需求分析 5.2 消费者购买动机分析 5.3 消费者购买行为 5.4 产业市场购买行为 案例：佩氏农庄的失策 思考题与练习题第6章 营销信息管理系统 6.1 市场信息概述 6.2 营销信息系统 6.3 营销信息的管理系统 6.4 营销信息管理系统的开发与应用 思考与练习题第7章 市场营销调查与市场需求预测 7.1 市场营销调查的含义与作用 7.2 市场营销调查的内容 7.3 市场营销调查的方法 7.4 市场营销调查的步骤 7.5 市场需求预测概述 7.6 市场需求预测的定性预测方法 7.7 市场预测的定量预测方法 案例：罗佛尔的彩色灯泡套为什么没有打入中国市场 思考与练习题第8章 市场细分和目标市场选择 8.1 市场细分的含义与作用 8.2 市场细分的模式与依据 8.3 市场细分的原则、程序与方法 8.4 目标市场的选择 案例：联通CDMA的细分市场选择 思考与练习题第9章 产品策略 9.1 产品含义 9.2 产品分类 9.3 产品组合 9.4 产品生命周期 9.5 新产品开发 9.6 品牌与品牌策略 9.7 包装策略 案例：长虹“精显王”背投彩电营销成功之道 思考与练习题第10章 定价策略 10.1 价格综述 10.2 定价的影响因素 10.3 定价的目标 10.4 定价方法 10.5 定价策略 10.6 价格变更的策略 案例：家乐福的价格策略 思考与练习题第11章 分销策略 11.1 分销渠道 11.2 分销渠道管理 11.3 中间商 11.4 终端销售点 11.5 实体分配 案例：终端突围——龙津啤酒合肥市场通路模式的创新 思考与练习题第12章 促销策略 12.1 促销与促销组合 12.2 广告 12.3 人员推销 12.4 营业推广 12.5 公共关系 案例：强力促销，决胜终端——西班牙白叶橄榄油制胜北京市场 思考与练习题第13章 市场营销管理 13.1 市场营销组织 13.2 市场营销计划 13.3 市场营销控制与审计 案例（一）：某营养保健品（口服液）市场营销计划书大纲 案例（二）：奥佰里糖果公司的营销审计 思考与练习题第14章 市场营销策划 14.1 市场营销策划的作用与意义 14.2 市场营销策划的过程与步骤 14.3 创意与市场营销策划书的撰写 案例：稀世宝整合营销策划 思考与练习题第15章 市场营销新发展 15.1 关系营销 15.2 网络营销 思考与练习题综合练习题参考书目

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>