

<<营销学>>

图书基本信息

书名：<<营销学>>

13位ISBN编号：9787800735899

10位ISBN编号：7800735893

出版时间：2003-2

出版时间：中信出版社

作者：李占国 等著

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>

## <<营销学>>

### 内容概要

这是一本传统营销学原理课本中前所未有的、充满发激情和洞察力的佳作，涉及市场和市场状况的方方面面，综合了16位权威专家的特长，每一章都由营销学某个领域内的权威执笔。提供企业在日趋激烈的市场竞争中脱颖而出的现代营销策略、技巧，与传统的营销学原理教产书相比，本书的特色在于：1、涵盖了市场营销领域最新的论点与课题并针对这些课题进行了深度的讲解。2、强调现实问题，引导人们思索面对的市场营销机遇。3、重视技术问题，把章节概念与网络应用和练习结合起来。

书籍目录

第1编 市场营销环境简介第1章 市场营销简介第2章 市场营销环境和社会责任第3章 国际市场营销第2编 理解市场第4章 市场调研和信息第5章 消费者行为第6章 企业对企业的市场营销第7章 市场细分与目标市场第3编 产品第8章 产品决策与市场营销在新产品开发中的作用第9章 服务营销第4编 分销第10章 营销渠道与分销第11章 零售与批发第5编 整合营销沟通第12章 整合营销沟通：广告、促销及其他手段第13章 人员销售与销售管理第6编

章节摘录

作为交换过程的营销 市场营销建立在交换原则的基础之上。  
美国市场营销协会给出的、被广泛接受的定义清楚地把市场营销描述成交换过程： 市场营销是计划并执行观念、商品和服务的概念、定价、促销和分销， 以创造交换满足个人和组织目标的过程。  
为表明交换的本质，请思考以下情形：牛肉生产者想用一块牛排来交换一个西瓜，因为他已经厌倦了吃牛排，而且对他来说，再出产一块牛排的成本远远低于种植一个西瓜的成本。  
西瓜种植者想用西瓜换一块牛排，因为她已经厌倦了吃西瓜，而且，再种植一个西瓜的成本远远低于生产一块牛排的

## 媒体关注与评论

前言 《营销学：最佳实践》作者团队的话 在一个充斥着传统与既定原理的营销学教材市场上，至少有16个理由来关注《营销学：最佳实践》一书中引人入胜的观点。这一教材综合了16位权威市场营销学专家的特长，每一章都由在市场营销学某个领域内的权威执笔。于是，产生了这样一本在传统市场营销学原理课本中前所未有的、充满了激情和洞察力的书。

《营销学：最佳实践》作者团队由德莱登出版社(Dryden Press)的教材作者和在各个领域内选出的专家组成。

《营销学：最佳实践》允许我们这些作者展示在市场营销各个

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>