

<<现代市场营销学概论>>

图书基本信息

书名：<<现代市场营销学概论>>

13位ISBN编号：9787810277983

10位ISBN编号：7810277987

出版时间：1997-03

出版时间：警官教育出版社

作者：叶文琴

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>

<<现代市场营销学概论>>

书籍目录

目录

理论篇

第一章 现代市场营销学导论

第一节 市场营销学的产生和发展

第二节 市场营销学的性质、研究对象和基本内容

第三节 学习市场营销学的方法和重大意义

第二章 市场营销与市场营销观念

第一节 市场营销的定义及其职能与功能

第二节 市场营销学的理论基础

第三节 市场营销观念及其发展

第四节 树立现代市场营销观念

第三章 市场营销环境和消费者购买行为分析

第一节 市场营销环境

第二节 消费者需求分析

第三节 消费者购买行为分析

第四章 市场分析

第一节 市场的概念

第二节 市场的功能和特点

第三节 市场的分类

第五章 市场细分与目标市场

第一节 市场细分化的意义

第二节 市场细分的条件和标准

第三节 目标市场

第四节 市场营销

应用篇

第六章 市场营销的产品策略

第一节 市场营销中的产品含义和产品分类

第二节 产品品牌策略

第三节 产品市场寿命周期和新产品的开发

第七章 市场营销的定价策略

第一节 营销价格

第二节 商品定价和定价目标

第三节 产品定价方法和定价策略

第八章 市场营销的销售渠道策略

第一节 销售渠道概述

第二节 销售渠道的种类和功能

第三节 销售渠道策略

第四节 影响分销渠道策略的因素

第五节 销售渠道的管理

第九章 市场营销的促销策略

第一节 促进销售概述

第二节 人员促销

第三节 广告推销

第四节 营业推广

第五节 公共关系

<<现代市场营销学概论>>

第十章 市场信息与市场调查

第一节 市场信息的概念和特征

第二节 市场信息的来源和加工

第三节 市场信息的应用

第四节 市场营销调查

第十一章 国际市场营销

第一节 国际市场营销的概述

第二节 国际市场营销的复杂性

第三节 关贸总协定

第四节 国际市场营销的途径

主要参考资料

<<现代市场营销学概论>>

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>