

<<市场营销管理>>

图书基本信息

书名：<<市场营销管理>>

13位ISBN编号：9787810450706

10位ISBN编号：7810450700

出版时间：1995-12

出版时间：北京理工大学出版社

作者：王秀村

页数：614

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

《市场营销管理（第3版）》是继1995年的第一版、2002年的第二版基础之上修订的第三版。在前两版的基础上，吸收现代营销理论研究的新成果，反映现代企业营销实践的新发展，形成了以下特色：

（1）较为全面、系统地介绍了现代市场营销的理论、方法与运作策略。全书分为总论篇、市场研究与分析篇、市场营销战略篇、市场营销管理篇、特殊领域市场营销篇共五篇20章内容，系统介绍和反映了现代市场营销学的理论体系及内容。

（2）吸收现代市场营销理论的新成果，反映现代营销环境对企业营销决策的新要求，增列了绿色营销、关系营销、网络营销、服务营销、市场营销绩效评价等新章节，扩充了组织市场与购买行为、品牌决策等章节的内容，以使读者进一步从理论和实践上把握营销学科发展的新进展与实践的新要求。

（3）反映现代企业营销实践的发展和经验教训，对每一章所附的案例进行了更新，并随章节内容的扩充增加了案例数量，特别注意吸收了中国市场企业营销实践的典型案例，以丰富读者的实践经验，培养和提高读者分析和解决实际问题的能力。

（4）充分体现市场营销学科的实践性和应用性，力求介绍的方法、策略与技巧对企业营销战略决策与管理运作具有更强的指导性、实用性和可操作性。

书籍目录

第一篇 总论第一章 市场营销的基本理论第一节 市场和市场营销第二节 企业营销哲学第三节 顾客让渡价值理论第四节 市场营销管理的任务和过程复习思考题案例麦当劳的经营与顾客满意第二章 市场营销学科的发展及特点第一节 市场营销学的产生与发展第二节 市场营销学的学科特点复习思考题案例三个推销员第二篇 市场研究与分析第三章 市场营销环境第一节 环境与企业市场营销第二节 市场营销的宏观环境因素第三节 市场营销的微观环境因素复习思考题案例企业营销活动的成败与环境第四章 消费者市场与购买行为第一节 消费者市场的特点与购买行为模式第二节 影响消费者购买行为的因素第三节 消费者购买的动机和行为第四节 消费者购买的决策过程复习思考题案例 日清--智取美国快餐市场第五章 组织市场与购买行为第一节 组织市场概述第二节 生产者市场购买行为第三节 中间商市场购买行为第四节 非营利组织及政府市场购买行为复习思考题案例 国美促销让背投跳水第六章 市场调查和预测第一节 市场调查和预测概述第二节 市场调查的类型和内容第三节 市场调查的程序和方法第四节 市场需求的测量与预测复习思考题案例空气清新剂调查问卷速溶咖啡上市之初第七章 市场竞争分析与策略第一节 市场竞争分析第二节 市场主导者策略第三节 市场挑战者策略第四节 市场追随者策略第五节 市场补缺者策略复习思考题案例 七喜汽水的侧翼竞争策略第三篇 市场营销战略第四篇 市场营销管理第五篇 特殊领域营销第六篇 综合案例

章节摘录

第一篇 总论 第一章 市场营销的基本理论 市场营销是在现代社会化大生产和市场经济条件下产生和发展起来的一门应用学科。

它在总结和概括工商企业市场营销实践经验的基础上，系统地阐明了市场营销管理的基本原理、战略和策略等。

对于指导现代企业有效地开展营销活动、在激烈的市场竞争中求得生存与发展，日益显示出越来越重要的作用。

本章首先阐述市场营销的有关基本概念、理论和指导思想，以作为学习、运用现代市场营销理论与方法的基础。

第一节 市场和市场营销 市场和市场营销是现代市场营销学的基本范畴，正确理解和把握这两个基本范畴，是深入学习和掌握现代市场营销学的基础。

一、市场 市场是一个商品经济范畴，它是社会分工和商品生产发展的产物；同时，市场又是一个历史的范畴，它的内容和范围随着社会生产的发展而不断发展。

在现代经济活动中，市场具有其特定的内涵和意义。

在现代市场经济社会中，人们一般从以下角度使用市场的概念。

(1) 市场是商品交换的场所，亦即市场是一个地理的概念，是买主和卖主发生作用的地点或地区。

作为一个地理概念，很显然，任何一个企业都要考虑本企业的产品销往的地区和场所。

(2) 市场指消费者对某一产品的需求的总和，既包括现实的需求，也包括潜在需求。

从商品供应者的角度，将顾客或用户作为市场，明确自己的市场有多大，由哪些消费者或用户构成，是企业制定正确营销战略和策略的出发点。

.....

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>