

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787811221091

10位ISBN编号：7811221098

出版时间：2007-8

出版时间：东北财经大学出版社

作者：方光罗 主编

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

本书紧紧围绕中等职业教育市场营销专业培养营销岗位第一线所需要的能够直接上岗、具有爱岗敬业精神的技能型专门人才的目标，着力课程体系、教学内容和教学方法的改革。

主要内容包括：市场与市场营销观念，营销信息与营销环境，消费者购买行为分析，产品策略，定价策略，分销渠道，促销策略，直复营销，国际市场营销等。

本书内容丰富，讲解通俗易懂，具有很强的可读性和实用性。

## &lt;&lt;市场营销学&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 市场与市场营销观念 学习目标 1.1 市场营销学的核心概念 1.2 市场分析 1.3 市场营销观念  
本章小结 主要概念 知识练习 技能训练 观念应用第2章 营销信息与营销环境 学习目标 2.1  
市场营销信息 2.2 市场营销环境 本章小结 主要概念 知识练习 技能训练 观念应用第3章 消费  
者购买行为分析 学习目标 3.1 顾客价值理论 3.2 消费者需要 3.3 消费者购买动机与购买行为分析  
本章小结 主要概念 知识练习 技能训练 观念应用第4章 市场细分与目标市场定位 学习目标  
4.1 市场细分的依据、类型与作用 4.2 市场细分的条件与标准 4.3 市场定位 本章小结 主要概念  
知识练习 技能训练 观念应用第5章 产品策略 学习目标 5.1 产品组合决策 5.2 产品市场生命周  
期与营销策略 5.3 新产品开发策略 5.4 品牌与包装策略 本章小结 主要概念 知识练习 技能训练  
观念应用第6章 定价策略 学习目标 6.1 影响营销定价的因素 6.2 企业定价目标与定价方法 6.3 价格  
适应与调整策略 .....第7章 分销渠道第8章 促销策略第9章 直复营销第10章 国际市场营销综合案例  
附录1 章后习题参考答案或提示附录2 “综合案例”分析提示主要参考书目

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>