

# 《中国市场营销经理资格证书考试教材(上)》

## 图书基本信息

书名：《中国市场营销经理资格证书考试教材(上册)》

13位ISBN编号：9787121017360

10位ISBN编号：7121017369

出版时间：2005-09-01

出版社：电子工业

作者：梅清豪

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《中国市场营销经理资格证书考试教材(上)》

## 内容概要

本书是专为市场营销经理量身定制的培训和考试教材，分为上、下两册，本书为上册。全书共分为10章，内容包括营销学的基本概念、顾客满意度和客户关系管理、营销战略制定、市场环境分析、市场顾客分析、市场细分和定位、管理产品与开发、定价目标与方法、营销渠道和价值网络、整合营销传播、网络营销和国际营销等。本书含丰富的实例剖析与案例讨论，重点培养解决市场营销实际问题的能力。本书既可作为市场营销经理培训和考试教材，也可作为高等院校经管类学生，以及企业营销管理人员参考用书。

## 书籍目录

### 第1章 营销原理和任务

#### 1.1 营销学的基本观念

##### 1.1.1 怎样定义营销

##### 1.1.2 营销学的核心内容

#### 1.2 企业营销导向的演变

##### 1.2.1 生产导向

##### 1.2.2 销售导向

##### 1.2.3 营销导向

##### 1.2.4 社会营销导向

#### 1.3 顾客满意和客户关系管理

##### 1.3.1 顾客是价值最大化者

##### 1.3.2 计算流失顾客的成本

##### 1.3.3 培养忠诚顾客

##### 1.3.4 顾客满意追踪方法

##### 1.3.5 衡量有利益的顾客

##### 1.3.6 关系营销与价值让渡网络

#### 复习题

#### 问题讨论

### 第2章 营销战略过程

#### 2.1 规划营销战略

##### 2.1.1 营销战略的特征

##### 2.1

# 《中国市场营销经理资格证书考试教材(上)》

## 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:[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)