

# 《市场营销学》

## 图书基本信息

书名：《市场营销学》

13位ISBN编号：9787750582970

10位ISBN编号：7750582975

出版时间：2004-8-1

出版社：经济科学出版社

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)

# 《市场营销学》

## 内容概要

## 书籍目录

### 第一章 市场营销学概述

#### 第一节 市场营销理论的产生与发展

#### 第二节 市场营销理论中的基本概念

#### 第三节 企业经营观念

#### 第四节 市场营销管理

#### 复习思考题

### 第二章 市场营销环境

#### 第一节 市场营销微观环境分析

#### 第二节 市场营销宏观环境分析

#### 复习思考题

### 第三章 顾客行为分析

#### 第一节 消费者市场行为分析

#### 第二节 组织市场行为分析

#### 复习思考题

### 第四章 竞争者行为分析

#### 第一节 行业竞争分析

#### 第二节 竞争者分析

#### 第三节 竞争战略

#### 复习思考题

### 第五章 市场营销信息系统

#### 第一节 市场营销信息系统的构成

#### 第二节 市场调研

#### 第三节 市场调研的方法和技术

#### 复习思考题

### 第六章 市场营销战略规划

#### 第一节 企业战略规划

#### 第二节 业务战略规划

#### 第三节 市场营销规划

#### 复习思考题

### 第七章 目标市场营销

#### 第一节 市场细分

#### 第二节 目标市场选择

#### 第三节 市场定位

#### 复习思考题

### 第八章 新产品开发与产品生命周期

#### 第一节 新产品开发

#### 第二节 产品生命周期

#### 复习思考题

### 第九章 产品决策

### 第十章 价格决策

### 第十一章 分销决策

### 第十二章 促销决策

### 第十三章 市场营销新发展

### 第十四章 国际市场营销

### 主要参考书目

# 《市场营销学》

## 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)