

《圣才e书·科特勒《市场营销原理》！

图书基本信息

书名：《圣才e书·科特勒《市场营销原理》（第13版）笔记和课后习题详解【附英文参考答案】》

13位ISBN编号：9787511421504

出版时间：2014-3-31

作者：圣才e书网

页数：320

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

内容概要

特别提醒：本书可免费试用，下载地址为：<http://e.100xuexi.com/Ebook/5252.html>（请复制到浏览器地址栏打开）。

工商管理经典译丛《市场营销原理》（第13版，菲利普·科特勒、加里·阿姆斯特朗著，中国人民大学出版社）是我国高校广泛采用的市场营销原理权威教材之一，也被众多高校（包括科研机构）指定为考研考博专业课参考书目。

为了帮助考生复习该教材，我们根据各类考试和考研的命题规律精心编写了科特勒《市场营销原理》的配套辅导书（提供免费下载，免费升级）：

1. 科特勒《市场营销原理》【教材精讲+考研真题解析】讲义与视频课程【30小时高清视频】
2. 科特勒《市场营销原理》（第11版）笔记和课后习题详解【附英文参考答案】
3. 科特勒《市场营销原理》（第13版）笔记和课后习题详解【附英文参考答案】
4. 科特勒《市场营销原理》配套题库【名校考研真题+课后习题+章节练习+模拟试题】

本书是科特勒《市场营销原理》教材的配套e书，主要包括以下内容：

（1）整理名校笔记，浓缩内容精华。本书每章的复习笔记均对该章的重难点进行了整理，并参考了国内名校名师讲授该教材的课堂笔记。因此，本书的内容几乎浓缩了该教材的所有知识精华。

（2）解析课后习题，提供详尽答案。本书参考大量市场营销原理相关资料对科特勒《市场营销原理》的课（章）后习题进行了详细的分析和解答，并对相关重要知识点进行了延伸和归纳。另外，本书每章均附有英文参考答案。

（3）最新补充内容，可免费升级获得。本书后期会进行修订完善，对于最新修订完善的内容，均可以免费升级获得。

圣才学习网 管理类 (guanli.100xuexi.com) 提供科特勒《市场营销原理》等管理类经典教材辅导方案【网授班、多媒体e书、多媒体题库等】。本书特别适用于参加研究生入学考试指定考研参考书目为科特勒著的《市场营销原理》的考生，也可供各大院校学习市场营销原理的师生参考。

作者简介

圣才学习网 (www.100xuexi.com)

圣才学习网是一家为全国各类考试和专业课学习提供高清视频课程、圣才多媒体电子书、圣才多媒体题库、圣才图书等学习产品的教育类网站，拥有近100种考试（含418个考试科目）、194种经典教材（含英语、经济、管理、证券、金融等共16大类），合计近万小时的高清视频课程，包括考研考博、英语类、证券类、管理类、心理类、工程类、医学类等30个类别的考试和经典教材。

圣才考研网 (www.100exam.com)

圣才考研网是圣才学习网旗下的考研考博专业网站，提供全国500所高校12872个专业的考研辅导班（网授保录班、一对一辅导、网授班）、国内外经典教材名师讲堂、考研多媒体题库（免费下载，免费升级）、考研多媒体电子书、全套资料（历年真题及答案、笔记讲义等）、考研教辅图书等。

书籍目录

第I篇 定义市场营销和市场营销过程

第1章 营销：创造和获取顾客价值

- 1.1 复习笔记
- 1.2 课后习题详解
- 1.3 英文参考答案

第2章 公司战略与营销战略：合作建立客户关系

- 2.1 复习笔记
- 2.2 课后习题详解
- 2.3 英文参考答案

第II篇 理解市场和消费者

第3章 分析市场营销环境

- 3.1 复习笔记
- 3.2 课后习题详解
- 3.3 英文参考答案

第4章 管理市场营销信息获得顾客洞察

- 4.1 复习笔记
- 4.2 课后习题详解
- 4.3 英文参考答案

第5章 消费者市场与消费者购买行为

- 5.1 复习笔记
- 5.2 课后习题详解
- 5.3 英文参考答案

第6章 组织市场与组织购买者行为

- 6.1 复习笔记
- 6.2 课后习题详解
- 6.3 英文参考答案

第III篇 设计顾客导向的营销战略与营销组合

第7章 顾客导向的市场营销战略：为目标顾客创造价值

- 7.1 复习笔记
- 7.2 课后习题详解
- 7.3 英文参考答案

第8章 产品、服务和品牌：构建顾客价值

- 8.1 复习笔记
- 8.2 课后习题详解
- 8.3 英文参考答案

第9章 新产品开发与产品生命周期战略

- 9.1 复习笔记
- 9.2 课后习题详解
- 9.3 英文参考答案

第10章 定价：理解和获得消费者价值

- 10.1 复习笔记
- 10.2 课后习题详解
- 10.3 英文参考答案

第11章 定价战略

- 11.1 复习笔记
- 11.2 课后习题详解
- 11.3 英文参考答案

第12章 营销渠道：递送顾客价值

- 12.1 复习笔记
- 12.2 课后习题详解
- 12.3 英文参考答案

第13章 零售与批发

- 13.1 复习笔记
- 13.2 课后习题详解
- 13.3 英文参考答案

第14章 沟通顾客价值：整合营销沟通战略

- 14.1 复习笔记
- 14.2 课后习题详解
- 14.3 英文参考答案

第15章 广告与公共关系

- 15.1 复习笔记
- 15.2 课后习题详解
- 15.3 英文参考答案

第16章 人员销售和促销

- 16.1 复习笔记
- 16.2 课后习题详解
- 16.3 英文参考答案

第17章 直复营销和网络营销：建立直接顾客关系

- 17.1 复习笔记
- 17.2 课后习题详解
- 17.3 英文参考答案

第一篇 拓展市场营销

第18章 创造竞争优势

- 18.1 复习笔记
- 18.2 课后习题详解
- 18.3 英文参考答案

第19章 全球市场

- 19.1 复习笔记
- 19.2 课后习题详解
- 19.3 英文参考答案

第20章 可持续的市场营销：社会责任和道德

- 20.1 复习笔记
- 20.2 课后习题详解
- 20.3 英文参考答案

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