

《市场营销学》

图书基本信息

书名：《市场营销学》

13位ISBN编号：9787542923561

10位ISBN编号：7542923560

出版时间：2009-8

出版社：立信会计出版社

作者：李建蓉 编

页数：273

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

《市场营销学》

内容概要

《市场营销学》力图将市场营销学理论与现代市场营销实践紧密结合起来，在广泛收集国内外市场营销原理研究成果的相关资料基础上，系统阐述了现代市场营销学的典型理论，及其本质与内涵。《市场营销学》共十章，第一、二章介绍了市场营销的基本理念与营销环境；第三章分析了消费者及组织市场的典型购买行为；第四章是市场调查与预测；第五章分析竞争战略；第六章是细分市场、目标市场策略及市场定位；第七、八、九、十章分别阐述了产品、价格、渠道、促销策略。本教材在保证理论体系完整的基础上，注重理论与实践相结合，力图简洁强调其实用性和可操作性。每章中穿插了许多相关资料、小案例及思考题、分析题、讨论题，有助于开阔学生的思路。本教材结构新颖、内容丰富、实用性强，突出强调了职业教育和培训的特点，可作为在校应用技术本、专科生市场营销课程的教材。

《市场营销学》

书籍目录

第一章 市场营销概述 第一节 市场营销及其核心概念 第二节 市场营销观念及其发展 复习思考题 练习题
第二章 市场营销环境 第一节 市场营销环境概述 第二节 直接营销环境 第三节 间接营销环境 第四节 市场营销环境分析 复习思考题 练习题
第三章 消费者购买行为分析 第一节 影响消费者行为因素分析 第二节 消费者信息处理及决策过程 第三节 组织决策与家庭决策 复习思考题 练习题
第四章 营销调研与需求预测 第一节 市场营销信息与市场营销信息系统 第二节 市场营销调研程序 第三节 市场需求的测量与预测 复习思考题 练习题
第五章 企业营销战略与竞争战略 第一节 企业营销管理过程 第二节 公司战略和营销计划 第三节 设计竞争战略 复习思考题 练习题
第六章 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 练习题
第七章 产品策略 第一节 产品概念及产品组合 第二节 产品生命周期 第三节 品牌及包装 第四节 新产品开发 复习思考题 练习题
第八章 价格策略 第一节 影响定价的主要因素 第二节 定价方法 第三节 定价策略 第四节 价格调整 第五节 定价程序 复习思考题 练习题
第九章 渠道策略 第一节 分销渠道的基本模式 第二节 分销渠道中的中间商 第三节 分销渠道的设计与管理 第四节 供应链管理与分销渠道 复习思考题 练习题
第十章 促销策略 第一节 促销和促销组合 第二节 人员推销 第三节 广告策略 第四节 公共关系 第五节 营业推广 复习思考题 练习题
模拟试题一 模拟试题二 模拟试题三 练习题答案 参考书目

《市场营销学》

精彩短评

1、是市场营销学我们用的课本。感觉还不错。挺好的。

《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