

# 《市场营销学》

## 图书基本信息

书名：《市场营销学》

13位ISBN编号：9787302288886

10位ISBN编号：7302288887

出版时间：2012-5

出版社：清华大学出版社

作者：李怀斌 编

页数：425

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

《21世纪经济管理规划教材:市场营销学(第2版)》按照市场营销理论的逻辑关系和营销实践的业务流程,把全书内容精缩概括为6个部分15章。《21世纪经济管理规划教材:市场营销学(第2版)》既有对营销一般原理的理论阐述,又有具体可行的实际操作介绍。另外,为了反映营销理论和实践的发展、开阔视野和便于学生学习,我们在各章前增加了全章内容提示,在各章中添加了阅读参考材料,在各章后做了本章小结、前沿动态介绍、相关案例简析和复习思考题。通过这些结构安排,力求形成《21世纪经济管理规划教材:市场营销学(第2版)》“简约、规范、科学,基本概念清楚,原理阐释有层次,方法和策略实用”的高校精品课教材品位和特色。

## 书籍目录

### 第一部分 市场营销概述

#### 第一章 市场营销和营销导向

##### 【本章内容提示】

##### 第一节 市场营销的学科性质与发展简史

###### 一、市场营销的学科性质

###### 一、国外市场营销的演进

###### 三、国内市场营销的发展

##### 第二节 市场营销的含义和相关概念

###### 一、市场营销的含义

###### 二、市场营销的特征

###### 三、市场营销的相关概念

##### 第三节 市场营销的导向和确立

###### 一、市场营销导向的含义

###### 一、市场营销导向的类型

###### 三、现代市场营销导向的确立

##### 第四节 市场营销的管理任务和流程

###### 一、市场营销管理的职能

###### 二、市场营销的管理任务

###### 三、市场营销管理的过程

##### 本章小结

##### 前沿动态：市场营销的新趋势和新课题

##### 相关案例：发掘需求，创造市场

##### 复习思考

#### 第二章 顾客满意和关系营销

##### 【本章内容提示】

##### 第一节 顾客价值的实现

###### 一、顾客让渡价值的含义

###### 一、顾客让渡价值的构成

###### 三、顾客让渡价值的实现

##### 第二节 顾客满意和忠诚测度

###### 一、顾客满意的含义

###### 一、顾客满意度的衡量方法

###### 三、顾客忠诚及其衡量方法

##### 第三节 顾客关系的建立和发展

###### 一、顾客吸引与维系

###### 一、顾客关系营销

###### 三、顾客营利性分析

##### 本章小结

##### 前沿动态：关系营销的中西比较

##### 相关案例：漫谈iPhone4的“饥饿营销”

##### 复习思考

### 第二部分 市场营销调研与策划

#### 第三章 市场营销调研

##### 【本章内容提示】

##### 第一节 市场营销调研概述

###### 一、市场营销调研及其功能

###### 一、市场营销调研基本程序

三、市场营销调研方案设计

四、市场营销信息系统构成

第二节 市场调查的方法

一、抽样调查法

一、问卷调查法

三、访问调查法

四、其他调查方法

第三节 市场预测技术

一、市场预测的功能与种类

二、市场定性预测方法

三、市场定量预测方法

四、市场需求及其测量

本章小结

前沿动态：网络调查

相关案例：市场调研的失误

.....

第三部分 市场营销的环境与市场

第四部分 市场竞争与目标市场战略

第五部分 市场营销组合策略

第六部分 市场营销的组织和控制

参考文献

# 《市场营销学》

## 精彩短评

- 1、总体来说，当当网服务很好，就是送货比亚马逊慢一些。国富论等书内容很好，就是字太小了
- 2、相当好，考研推荐书，推荐看看

# 《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)