

# 《营销学》

## 图书基本信息

书名：《营销学》

13位ISBN编号：9787800735899

10位ISBN编号：7800735893

出版时间：2003-2

出版社：中信出版社

页数：555

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)

# 《营销学》

## 内容概要

营销学：最佳实践，ISBN：9787800735899，作者：（美）迈克尔·R·辛科塔（Michael R.Czinkota）等著；李占国译

# 《营销学》

## 书籍目录

第1编 市场营销环境简介第1章 市场营销简介第2章 市场营销环境和社会责任第3章 国际市场营销第2编 理解市场第4章 市场调研和信息系统第5章 消费者行为第6章 企业对企业的市场营销第7章 市场细分与目标市场第3编 产品第8章 产品决策与市场营销在新产品开发中的作用第9章 服务营销第4编 分销第10章 营销渠道与分销第11章 零售与批发第5编 整合营销沟通第12章 整合营销沟通：广告、促销及其他手段第13章 人员销售与销售管理第6编

## 章节摘录

作为交换过程的营销 市场营销建立在交换原则的基础之上。美国市场营销协会给出的、被广泛接受的定义清楚地把市场营销描述成交换过程： 市场营销是计划并执行观念、商品和服务的概念、定价、促销和分销， 以创造交换满足个人和组织目标的过程。 为表明交换的本质，请思考以下情形：牛肉生产者想用一块牛排来交换一个西瓜，因为他已经厌倦了吃牛排，而且对他来说，再出产一块牛排的成本远远低于种植一个西瓜的成本。西瓜种植者想用西瓜换一块牛排，因为她已经厌倦了吃西瓜，而且，再种植一个西瓜的成本远远低于生产一块牛排的

## 媒体关注与评论

前言 《营销学：最佳实践》作者团队的话 在一个充斥着传统与既定原理的营销学教材市场上，至少有16个理由来关注《营销学：最佳实践》一书中引人入胜的观点。这一教材综合了16位权威市场营销学专家的特长，每一章都由在市场营销学某个领域内的权威执笔。于是，产生了这样一本在传统市场营销学原理课本中前所未有的、充满了激情和洞察力的书。 《营销学：最佳实践》作者团队由德莱登出版社(Dryden Press)的教材作者和在各个领域 内选出的专家组成。《营销学：最佳实践》允许我们这些作者展示在市场营销各个

## 精彩短评

- 1、 大师经典著作
- 2、 07/7/11 多亏这本书。。呼呼`
- 3、 商学就是充满了各种水水的道理

## 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)