

# 《市场营销理论与实务》

## 图书基本信息

书名：《市场营销理论与实务》

13位ISBN编号：9787115285379

10位ISBN编号：7115285373

出版时间：2012-9

出版社：刘建廷、谭境佳 人民邮电出版社 (2012-09出版)

页数：214

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)

# 《市场营销理论与实务》

## 内容概要

市场营销理论与实务，ISBN：9787115285379，作者：刘建廷，谭境佳 编

# 《市场营销理论与实务》

## 书籍目录

|     |               |     |          |     |                   |     |            |     |              |     |                 |     |             |     |            |     |            |     |                 |     |      |     |
|-----|---------------|-----|----------|-----|-------------------|-----|------------|-----|--------------|-----|-----------------|-----|-------------|-----|------------|-----|------------|-----|-----------------|-----|------|-----|
| 目 录 | 第一章 导论        | 1   | 学习目标     | 1   | 案例导入              | 1   | 学习内容       | 2   | 第一节 市场与市场营销  | 2   | 第二节 市场营销学的产生和发展 | 5   | 第三节 市场营销观念  | 7   | 模拟实训       | 13  | 本章要点       | 13  | 综合练习            | 14  |      |     |
|     | 第二章 市场调研与预测   | 16  | 学习目标     | 16  | 案例导入              | 16  | 学习内容       | 17  | 第一节 市场调研     | 17  | 第二节 营销信息系统      | 25  | 第三节 市场预测    | 27  | 模拟实训       | 29  | 本章要点       | 30  | 综合练习            | 30  |      |     |
|     | 第三章 市场营销环境分析  | 32  | 学习目标     | 32  | 案例导入              | 32  | 学习内容       | 33  | 第一节 市场营销环境概述 | 33  | 第二节 宏观环境分析      | 38  | 第三节 微观环境分析  | 46  | 模拟实训       | 49  | 本章要点       | 50  | 综合练习            | 50  |      |     |
|     | 第四章 市场购买者行为分析 | 52  | 学习目标     | 52  | 案例导入              | 52  | 学习内容       | 53  | 第一节 消费者市场分析  | 53  | 第二节 组织市场分析      | 69  | 模拟实训        | 76  | 本章要点       | 77  | 综合练习       | 77  | 第五章 市场细分与目标市场战略 | 80  |      |     |
|     | 学习目标          | 80  | 案例导入     | 80  | 学习内容              | 81  | 第一节 市场细分   | 81  | 第二节 目标市场战略   | 88  | 第三节 市场定位        | 92  | 模拟实训        | 96  | 本章要点       | 97  | 综合练习       | 98  | 第六章 产品策略        | 99  |      |     |
|     | 学习目标          | 99  | 案例导入     | 99  | 学习内容              | 101 | 第一节 产品整体概念 | 101 | 第二节 产品组合策略   | 105 | 第三节 产品生命周期策略    | 109 | 第四节 新产品开发策略 | 115 | 第五节 品牌策略   | 118 | 第六节 包装策略   | 122 | 模拟实训            | 126 | 本章要点 | 127 |
|     | 综合练习          | 127 | 第七章 定价策略 | 130 | 学习目标              | 130 | 案例导入       | 130 | 学习内容         | 131 | 第一节 影响企业定价的主要因素 | 131 | 第二节 企业定价方法  | 136 | 第三节 定价策略   | 140 | 模拟实训       | 146 | 本章要点            | 146 | 综合练习 | 147 |
|     | 第八章 渠道策略      | 149 | 学习目标     | 149 | 案例导入              | 149 | 学习内容       | 149 | 第一节 营销渠道概述   | 150 | 第二节 中间商         | 152 | 第三节 营销渠道的设计 | 155 | 第四节 营销渠道管理 | 161 | 第五节 直复营销   | 166 | 模拟实训            | 170 | 本章要点 | 171 |
|     | 综合练习          | 171 | 第九章 促销策略 | 174 | 学习目标              | 174 | 案例导入       | 174 | 学习内容         | 175 | 第一节 促销概述        | 175 | 第二节 人员推销    | 178 | 第三节 广告     | 181 | 第四节 公共关系   | 186 | 第五节 营业推广        | 189 | 模拟实训 | 192 |
|     | 本章要点          | 192 | 综合练习     | 193 | 第十章 营销战略规划与营销过程管理 | 195 | 学习目标       | 195 | 案例导入         | 195 | 学习内容            | 196 | 第一节 营销战略规划  | 196 | 第二节 竞争战略分析 | 205 | 第三节 营销过程管理 | 208 | 模拟实训            | 210 | 本章要点 | 211 |
|     | 综合练习          | 211 | 参考文献     | 213 |                   |     |            |     |              |     |                 |     |             |     |            |     |            |     |                 |     |      |     |

# 《市场营销理论与实务》

## 编辑推荐

《市场营销理论与实务》共10章，主要内容包括导论、市场调研与预测、市场营销环境分析、市场购买者行为分析、市场细分与目标市场战略、产品策略、定价策略、渠道策略、促销策略、营销战略规划与营销过程管理。本书由刘建廷、谭境佳任主编。

# 《市场营销理论与实务》

## 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)