

# 《市场营销学》

## 图书基本信息

书名：《市场营销学》

13位ISBN编号：9787811359596

10位ISBN编号：7811359596

出版时间：2011-8

出版社：暨南大学出版社

页数：228

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.tushu111.com](http://www.tushu111.com)

# 《市场营销学》

## 内容概要

《市场营销学》，本书包括项目一营销初探、项目二进行营销调研，分析营销环境。项目三分析购买行为，认识顾客等内容。

## 书籍目录

总序

前言

项目一 营销初探

任务1—1 了解市场营销

任务1—2 认识营销观念

任务1—3 明确营销的基本理论与任务

项目二 进行营销调研，分析营销环境

任务2—1 分析营销环境

任务2—2 制定营销调研任务

任务2—3 SWOT分析

项目三 分析购买行为，认识顾客

任务3—1 认识消费者购买行为和动机

任务3—2 认识生产者购买行为和动机

任务3—3 理解顾客价值

项目四 分析市场机会，制定目标市场策略

任务4—1 掌握市场细分，把握市场机会

任务4—2 制定目标市场营销策略

任务4—3 制定市场定位策略

项目五 制定产品策略

任务5—1 分析产品整体概念

任务5—2 制定产品组合策略

任务5—3 确定产品生命周期

任务5—4 制定新产品开发策略

任务5—5 制定产品品牌策略

任务5—6 制定产品包装策略

项目六 制定价格策略

任务6—1 了解影响企业定价的因素

任务6—2 选择适合企业的定价方法

任务6—3 制定企业定价的基本策略

任务6—4 制定价格调整策略

项目七 制定渠道策略

任务7—1 理解分销渠道的概念及功能

任务7—2 认识中间商

任务7—3 设计、选择与管理分销渠道

项目八 制定促销策略

任务8—1 认识促销与促销组合

任务8—2 制定广告策略

任务8—3 制定公共关系策略

任务8—4 制定营业推广策略

任务8—5 制定人员推销策略

任务8—6 制定整合营销传播策略

# 《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.tushu111.com](http://www.tushu111.com)