

《《市场营销学通论》》

图书基本信息

书名：《《市场营销学通论》》

13位ISBN编号：9787300142739

10位ISBN编号：7300142737

出版时间：2011-9

出版社：中国人民大学

作者：郭国庆 编

页数：275

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

《《市场营销学通论》》

内容概要

《市场营销学通论（第4版）学习辅导书》是一门建立在经济科学、行为科学、管理理论和现代科技基础之上的综合性应用科学，研究以满足消费者需求为中心的企业市场营销活动及其规律性，具有全程性、综合性、实践性的特点。其原理不仅广泛应用于企事业单位和行政机构，而且逐渐应用于微观、中观与宏观三个层次，涉及社会经济生活各个方面。这门课程于20世纪初诞生于美国，80年代开始引起我国学术界和企业界的重视，并加以实践，因而可以称得上是一门新兴学科。

学习市场营销学课程具有重要的作用和意义。首先，市场营销与生产制造、人力资源、财务会计、研究开发一道，构成了企业管理的重要职能。从管理学科角度讲，市场营销是工商管理教育的一个重要专业。市场营销学不仅是经济管理类各专业的必修课，而且是人文、哲学、社会科学等专业的重要课程。其次，市场营销学为我们了解市场、适应市场、满足市场需求、应对竞争挑战提供了科学的理论和方法，也为建立“我为人人，人人为我”的和谐社会和实现全面建设小康社会的宏伟目标提供了科学有效的工具。市场营销学的基本原理，是现代企业和组织在市场经济环境下持续协调发展的竞争利器，是在新的时代背景下有效发挥个人、企业和组织作用的科学指导，是建立营销型组织和营销型社会的理论基础。

《《市场营销学通论》》

书籍目录

第1章 导论第2章 市场营销哲学的演变与新进展第3章 战略计划与市场营销管理第4章 市场营销环境
第5章 市场调研与市场营销信息系统第6章 市场需求的测量与预测第7章 消费者市场分析第8章 组织
市场分析第9章 目标市场营销第10章 产品策略第11章 新产品开发策略第12章 服务营销策略第13章 品
牌策略第14章 定价策略第15章 分销策略第16章 物流策略第17章 沟通与促销策略第18章 市场竞争战
略的选择第19章 市场营销计划第20章 市场营销组织第21章 市场营销执行第22章 市场营销控制第23章
非营利组织市场营销第24章 市场营销道德的发展第25章 全球化背景下的国际市场营销第26章 市场营
销理念与方式的创新

章节摘录

版权页：插图：1.消费者市场消费者市场是指所有为了满足个人消费而购买产品和服务的个人和家庭所构成的市场。消费者市场是市场体系的基础，是起决定作用的市场，是现代市场营销理论研究的主要对象。2.消费者市场的特点消费者市场具有分散性、差异性、多变性、替代性和非专业性等特点。3.消费者市场的购买对象如果以消费者的购买习惯为划分标准，消费者的购买对象一般分为三类，即便利品、选购品、特殊品。便利品又称日用品，是指消费者日常生活所需、需重复购买的商品，诸如食品、饮料、肥皂、洗衣粉等。选购品是指价格比便利品要贵，消费者购买时愿花较多时间对许多同类产品进行比较之后才决定购买的商品，如服装、家电等。特殊品指消费者对其有特殊偏好并愿意花较多时间和精力去购买的消费品，如汽车、高档家具等。4.文化与亚文化文化是区分一个社会群体与另一个社会群体的主要因素，是人们通过学习获得的区别于其他群体行为特征的集合。亚文化是在较大文化内与其他群体共存的一个群体，其成员具有的共同信仰、特征或经历等，能提供更为具体的认同感，如民族文化、宗教文化、种族文化和区域文化等。

《《市场营销学通论》》

编辑推荐

《 市场营销学通论 (第4版)学习辅导书》是教育部经济管理类核心课程教材之一。

《《市场营销学通论》》

精彩短评

- 1、挺详细的，便于自学。
- 2、考研要买的，不想看也要看呀！
- 3、写得一般般 有点枯燥 这个时代将就心情 望作者能顺应时代啊 给点力 有木有
- 4、有了这本书，很利于自学市场营销学通论，建议想自学的人士购买这本书作为辅导。
- 5、其实把教材学好才是王道，建议条件一般的慎重选择
- 6、这本书挺不错的，是老师推荐买的，质量还好。
- 7、考研推荐用书，与上本是配合着用的，评价很高。
- 8、考试用书嘛，挺好的。
- 9、题哦 类似于练习册那种
- 10、帮别人买的书，不过买的时候买看清楚，这本是辅导书，本来是要买教材的。反正看上去蛮好的，书一点都没弄坏。呵呵
- 11、书是正品，发货速度有点慢，总体不错，给好评吧
- 12、看着可以 印刷不错 等仔细看看再说
- 13、不错。质量挺好，时间也可以。
- 14、以前看过郭国庆另一个版本的市场营销学 感觉还不错 第四版的暂时还没看呢
- 15、有本辅导书可以看到重点。
- 16、从事市场管理人员,都值得阅读.
- 17、针对测试用的
- 18、很好的书，很基础，非常满意，配套着看看~
- 19、没怎么细看，作为辅导书挺合适的
- 20、不错。能考试通过就是好书。
- 21、刚收到 还没看 还没看
- 22、习题很好，对复习很有帮助
- 23、祈祷补充作用
- 24、配套用 不错
- 25、与该书的教材相配套，十分好
- 26、有异味
- 27、这本书和郭老师写的另一本《市场营销通论》基本上完全一样
- 28、是作为课外自学用书才入手的，挺不错的，易学易懂，挺好的~
- 29、学校老师推荐的 挺不错
- 30、这本书配套起来还好，很不错
- 31、之前买了教材，配上学习指导才觉得真的学进去了！
- 32、考研用书，用用看
- 33、专接本的辅导书，里面有习题还有重点，难点，很好，一目了然
- 34、内容全面 赞一个
- 35、浅显易懂 方便初学者

- 36、辅导书和课本一起看，很不错，相搭配
- 37、要点分析明确，有相应的题目辅导加深理解。点线面齐全
- 38、我属于跨专业的,看不懂啊,文科的这些东西太麻烦了
- 39、还没看呢，包装还行，希望还行

《《市场营销学通论》》

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