

《现代市场营销学概论》

图书基本信息

书名：《现代市场营销学概论》

13位ISBN编号：9787810277983

10位ISBN编号：7810277987

出版时间：1997-03

出版社：警官教育出版社

作者：叶文琴

页数：279

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

书籍目录

目录

理论篇

- 第一章 现代市场营销学导论
 - 第一节 市场营销学的产生和发展
 - 第二节 市场营销学的性质、研究对象和基本内容
 - 第三节 学习市场营销学的方法和重大意义
- 第二章 市场营销与市场营销观念
 - 第一节 市场营销的定义及其职能与功能
 - 第二节 市场营销学的理论基础
 - 第三节 市场营销观念及其发展
 - 第四节 树立现代市场营销观念
- 第三章 市场营销环境和消费者购买行为分析
 - 第一节 市场营销环境
 - 第二节 消费者需求分析
 - 第三节 消费者购买行为分析
- 第四章 市场分析
 - 第一节 市场的概念
 - 第二节 市场的功能和特点
 - 第三节 市场的分类
- 第五章 市场细分与目标市场
 - 第一节 市场细分化的意义
 - 第二节 市场细分的条件和标准
 - 第三节 目标市场
 - 第四节 市场营销

应用篇

- 第六章 市场营销的产品策略
 - 第一节 市场营销中的产品含义和产品分类
 - 第二节 产品品牌策略
 - 第三节 产品市场寿命周期和新产品的开发
- 第七章 市场营销的定价策略
 - 第一节 营销价格
 - 第二节 商品定价和定价目标
 - 第三节 产品定价方法和定价策略
- 第八章 市场营销的销售渠道策略
 - 第一节 销售渠道概述
 - 第二节 销售渠道的种类和功能
 - 第三节 销售渠道策略
 - 第四节 影响分销渠道策略的因素
 - 第五节 销售渠道的管理
- 第九章 市场营销的促销策略
 - 第一节 促进销售概述
 - 第二节 人员促销
 - 第三节 广告推销
 - 第四节 营业推广
 - 第五节 公共关系
- 第十章 市场信息与市场调查
 - 第一节 市场信息的概念和特征

《现代市场营销学概论》

第二节 市场信息的来源和加工

第三节 市场信息的应用

第四节 市场营销调查

第十一章 国际市场营销

第一节 国际市场营销的概述

第二节 国际市场营销的复杂性

第三节 关贸总协定

第四节 国际市场营销的途径

主要参考资料

《现代市场营销学概论》

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