

<<市场营销>>

图书基本信息

书名：<<市场营销>>

13位ISBN编号：9787301103838

10位ISBN编号：7301103832

出版时间：2006-8

出版时间：北京大学

作者：李红伟

页数：240

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：<http://www.tushu007.com>

## <<市场营销>>

### 内容概要

本书内容主要包括三大部分，第一部分主要介绍市场营销的概念和观念，分析市场的基本方法和进行市场营销的基本策略；第二部分介绍营销组合策略；第三部分介绍营销管理的基本方法，同时也介绍了近年来市场营销的新理论。

在内容安排上，本书增加了大量的案例和阅读资料，课后有习题和实训内容，符合高职学院的教师实际教学和学生自主学习的需要。

本书适合各类高等职业学院、高等专科学院、成人教育高等专科学院和本科大学的二级职业学院经济管理类专业及相关学生使用，也可以用于企业、公司管理人员的培训及各类自考学生使用。

## <<市场营销>>

### 书籍目录

第1章 市场营销观念 1.1 市场与市场营销 1.2 市场营销管理概念 1.3 市场营销学 复习思考题第2章 市场分析 2.1 市场营销环境分析 2.2 消费者市场分析 2.3 组织市场分析 2.4 市场营销调研与预测 复习思考题第3章 市场营销策略 3.1 目标市场策略 3.2 市场竞争战略 3.3 市场营销组合策略 3.4 复习思考题第4章 产品策略 4.1 产品组合策略 4.2 产品生命周期策略 4.3 品牌与包装策略 4.4 新产品开发策略 复习思考题第5章 价格策略 5.1 影响定价的因素 5.2 企业制定价格的主要方法 5.3 企业定价策略 5.4 价格变动与企业对策 复习思考题第6章 分销渠道策略 6.1 渠道概述 6.2 分销渠道策略 6.3 物流决策 6.4 批发商与零售商 复习思考题第7章 促销策略第8章 营销管理第9章 市场营销的新理论参考文献

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:<http://www.tushu007.com>