

<<现代市场营销学学习指导与练习>>

图书基本信息

书名：<<现代市场营销学学习指导与练习>>

13位ISBN编号：9787811380873

10位ISBN编号：7811380870

出版时间：2009-3

出版时间：西南财大

作者：现代市场营销学编写小组

页数：129

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>

<<现代市场营销学学习指导与练习>>

内容概要

市场营销在经济生活中具有广泛性、普遍性和重要性，是企业最重要的职能和最主要的活动。市场营销学是管理类专业的核心课程，是一门非常注重实践的应用性学科。为了学好市场营销学课程，作者编写了这本学习辅导用书，以使学生在学习过程中能更好地掌握市场营销的原理、方法和技能，为今后走上工作岗位打下坚实的基础。

《现代市场营销学学习指导与练习》是《现代市场营销学》教材的配套学习用书，包括学习指导和习题与案例两个部分。

各章的学习指导标明了本章的学习目的和重点，以及需要掌握的知识内容。

各章的习题包括判断题、单项选择题、多项选择题、简答题和案例思考题等，并在书后附有客观性习题的参考答案。

<<现代市场营销学学习指导与练习>>

书籍目录

第一章 市场营销的基本理论范畴与方法第二章 市场营销战略规划第三章 市场营销研究第四章 市场营销环境第五章 消费者市场和购买行为分析第六章 竞争分析与竞争战略第七章 市场细分与目标市场营销战略第八章 产品策略第九章 价格决策第十章 营销渠道的选择与管理第十一章 营销沟通与传播第十二章 营销演进

章节摘录

第一章 市场营销的基本理论范畴与方法 学习指导 一、学习目的 通过本章的学习，要理解和掌握市场营销的一些最基本的概念、原理，了解市场营销的基本理论范畴和营销哲学，树立现代市场营销的理念，把顾客满意作为企业营销的目标，不断地创造和提高顾客价值。

二、主要内容 1. 市场营销的普遍性与重要性。

2. 市场营销的定义和核心范畴。

(1) 市场营销有满足（顾客）需要和保证（营销者）赢利的两重含义。

(2) 市场营销概念中涉及的5组核心概念： 需要、欲望和需求； 营销对象； 交换和交易； 市场、细分市场和目标市场； 营销者。

3. 经营观念（营销哲学思想）。

在企业的经营活动的历史上，先后出现过5种不同的经营观念：生产观念、产品观念、推销观念、营销观念和全面营销观念。

要掌握不同经营观念的内容和演化过程。

通过此，能够准确地地区分推销观念与营销观念的区别所在，从而掌握推销与营销本质上的不同区别。

另外，在全面社会营销中还涉及关系营销、整合营销、内部营销与社会责任营销的概念。

4. 顾客价值。

顾客总价值、顾客成本与顾客让渡价值的含义；提高顾客让渡价值的基本方法。

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>