

# 《现代市场营销》

## 书籍信息

版次：1

页数：

字数：

印刷时间：2009年09月01日

开本：16开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787560955476

## 内容简介

现代市场营销是一门以消费者为中心，研究现代企业市场营销活动及其规律的学科，具有综合性、实践性、创新性等特点。在全球经济一体化的新经济环境下，现代市场营销不仅是一门学科，而且是一种思维方式，可以运用它来解决社会、经济和生活各个领域中的问题。企业必须牢固树立现代市场营销观念，通过提高市场营销能力来提升企业的核心竞争力。市场营销类职位一直是人才市场需求榜上不落的冠军，有关统计数据显示，销售类人才在未来几年的需求量仍将居高不下。与此同时，现代市场经济社会对营销人员的知识和技能也提出了更高的要求 and 新的挑战，培养高素质的市场营销专业人才，是摆在我国高等职业教育面前的重要而迫切的任务。

高等职业院校遵循“以服务为宗旨，以就业为导向，走产学结合发展道路”的办学要求，重视学生专业综合能力的培养和训练。《现代市场营销》充分体现了高职教育的特点，在编写过程中紧紧围绕高职教育“手脑并用”的办学思想，同时结合《营销师国家职业标准》中营销岗位必备知识能力的要求，突出了“以职业活动为导向，以职业能力为核心”的指导思想，以培养有一定理论水平、有较强职业技能的应用型人才为目标，力求反映现代市场营销学的新理论、新知识。

## 目录

### 第一章 认识市场营销

#### 第一节 市场营销的基本内涵

#### 第二节 市场营销观念

#### 第三节 市场营销管理

### 第二章 市场营销战略决策

#### 第一节 市场营销战略概述

#### 第二节 市场营销战略规划过程

#### 第三节 市场营销战略管理

### 第三章 市场营销环境分析

#### 第一节 市场营销环境概述

#### 第二节 市场营销宏观环境

#### 第三节 市场营销微观环境

#### 第四节 市场机会和环境威胁的分析与评价

### 第四章 营销信息调研与预测

#### 第一节 市场营销调研

#### 第二节 市场营销预测

### 第五章 消费者市场及其购买行为分析

#### 第一节 消费者市场概述

#### 第二节 影响消费者购买行为的主要因素

#### 第三节 消费者购买行为分析

## 第六章 组织市场及其购买行为分析

### 第一节 生产者市场及其购买行为分析

### 第二节 中间商市场及其购买行为分析

### 第三节 政府市场及其购买行为分析

## 第七章 竞争性营销策略

### 第一节 竞争者分析

### 第二节 竞争策略

## 第八章 目标市场营销战略

### 第一节 市场细分

### 第二节 目标市场选择

### 第三节 市场定位

## 第九章 产品策略

### 第一节 产品的整体概念与产品分类

### 第二节 产品组合策略

### 第三节 产品生命周期策略

### 第四节 新产品开发策略

## 第十章 品牌与包装策略

### 第一节 品牌策略

### 第二节 包装策略

## 第十一章 价格策略

### 第一节 影响价格制定的因素

### 第二节 企业定价目标与定价方法

### 第三节 定价策略与价格调整策略

## 第十二章 分销渠道策略

### 第一节 分销渠道概述

### 第二节 中间商

### 第三节 分销渠道决策与管理

## 第十三章 促销策略

### 第一节 促销与促销组合策略

### 第二节 广告策略

### 第三节 人员推销策略

### 第四节 公共关系策略

### 第五节 营业推广策略

## 第十四章 市场营销计划、组织与控制

### 第一节 市场营销计划

### 第二节 市场营销组织

### 第三节 市场营销控制

## 参考文献

## 第二章 市场营销战略决策

### 知识目标

理解市场营销战略的概念、特点、构成和过程

熟悉市场营销竞争策略和市场发展策略的相关内容

掌握营销战略的制订与实施

理解市场营销战略规划的程序与方法

初步具有市场营销战略管理、控制能力

战略是企业制定目标、部署和配置资源的基本形式，也是企业对市场、竞争者及其他环境因素的变动所做的反应。自从20世纪初“市场营销”被提出后，它已逐步受到企业界的普遍重视和广泛运用。到目前为止，已经形成了一套较为成熟的关于市场营销战略的理论。

### 第一节 市场营销战略概述

战略一词，源自希腊文，原意是“将军的艺术”，现代发展为“领导的艺术”，可以将其理解为：为了实现某一目标而设计的更大的、长期的和决定全局的行动方案。早期的企业管理并没有战略的概念，随着企业外部环境范围的逐步扩大，变化越来越频繁，各因素之间的关系越来越复杂，战略思想在管理中的重要性就凸显了出来。现在战略管理的观念已经在全世界范围内取得了共识，并日益受到管理人员的重视。

#### 一、市场营销战略的内涵

市场营销战略是指企业在分析激烈变化的外部环境和企业自身内部条件的基础上，为适应环境、市场的变化而对企业市场营销工作进行的全局性与长远性规划，研究营销中遇到的重大问题，确定并实现企业市场营销目标。

.....

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