

本土市场营销



[本土市场营销_下载链接1](#)

著者:马绝尘

出版者:企业管理出版

出版时间:2003-08

装帧:平装

isbn:9787801479099

这些实例具有很强的针对性，不但能印证、说明本节理论，而且为读者4提供了一个真实、具体的营销情景，能引导他们去思考，去分析，去处理，从而提高了读者解决实际问题的动手能力，在一定程度上解决了“理论与实际怎样才能有机结合”的教学难题。本书对传统的市场营销学的内容结构也作了较大的取舍，删除了许多纯粹理论说教的内容。把人员推销、广告、公共关系、销售促进等内容，抓住要害问题进行透彻的阐述，以满足中国企业开展市场促销的迫切需要。另外，本书根据中国的实际国情，对市场营销学的某些理论也提出了自己的独到见解，如影响定价的因素、分销渠道的设计步骤、广告创作的方法、人员推销技巧、连锁经营模式等等，都根据作者的亲身经验提出了崭新的观点。

归结为一句话，本书的宗旨就是要把西方的营销理论与中国企业的实际相结合，与中国的市场条件相结合，为写出一本适合中国国情的市场营销学作出初步的努力和探索。

作者介绍:

目录: 第一章核心概念

实例一：“瑜家山泉”的市场营销

实例二：“中德”啤酒为什么难以完成厂家产品与消费者货币之间的交换

第二章营销环境分析

第一节企业的微观营销环境

企业内部的相关部门；供应商；中间商；营销服务机构；顾客；竞争者；公众
实例一：丰田公司对美国市场微观营销环境的调查分析
第二节企业的宏观营销环境
人口环境；经济环境；自然环境；技术环境；政治法律环境；社会文化环境
实例一：远大空调有限公司对宏观营销环境的调查和分析
第三章消费者市场和生产者市场
第一节消费者市场及其购买行为
消费品的分类；消费者的分类；消费者购买中高档商品的过程分析；消费者在购买中高档商品过程中的参与者；企业调查分析消费者购买行为的主要内容；消费者市场的特点
实例一：对消费者选购汽车行为的调查分析
第二节生产者市场及其购买行为
影响生产者购买的主要因素；生产者购买行为的类型；大批量新购时的决策过程；生产者市场的特点
实例一：武汉东湖材料复合新技术公司对生产者用户的调查与分析
第四章市场调研与市场预测
第一节市场调研的含义与内容
实例一：对Quantum HR脱毛美容设备的市场调查
第二节市场调研的方法
市场调研的程序和步骤；第一手资料和第二手资料；怎样搜集第二手资料；怎样搜集第一手资料
· · · · · (收起)

[本土市场营销_下载链接1](#)

标签

营销

金融

职场

评论

喜欢

[本土市场营销_下载链接1](#)

书评

[本土市场营销_下载链接1](#)