

# 市场营销原理



[市场营销原理 下载链接1](#)

著者:菲利普 · 科特勒

出版者:中国人民大学出版社

出版时间:2010年4月1日

装帧:平装

isbn:9787300118543

正如每一位营销人员应该做的那样, 《市场营销原理》(第13版)力求为其读者(顾客)创造更多的价值。

作者在延续以往版本之精华的基础上, 建立了一个创新性的顾客价值和客户关系框架。该框架涵盖当今市场营销的基本要素, 重点提出了五个主要的价值主题:

- 为了获得来自顾客的价值回报, 首先要为顾客创造价值。
- 建立和管理强势品牌以创造品牌资产。
- 测量和管理市场营销回报。
- 利用市场营销新技术。
- 全球范围内可持续市场营销。

在阐明营销行为蕴涵的理念的同时, 全书以大量翔实的案例介绍现代市场营销实践的发展。每一章都收录了众多真实的、最新的业内资讯, 力求在强化关键概念的同时, 密切

联系营销实践。

本书是全球商学院广泛采用的经典教材，也是国内众多高校本科生、MBA学生市场营销学课程的主要教材，还可以作为研究人员以及企业经营管理者的参考用书。

作者介绍：

菲利普·科特勒博士，是现代营销集大成者，被誉为“现代营销学之父”，任西北大学凯洛格管理学院终身教授，是西北大学凯洛格管理学院国际市场学S·C·强生荣誉教授。美国管理科学联合市场营销学会主席，美国市场营销协会理事，营销科学学会托管人，管理分析中心主任，杨克罗维奇咨询委员会成员，哥白尼咨询委员会成员。

加里·阿姆斯特朗，北卡罗来纳大学Kenan-Flagler商学院资深教授，在底特律韦恩州立大学获得学士和硕士学位，在美国西北大学获得营销学博士学位。阿姆斯特朗博士在知名的管理杂志上发表过多篇文章。作为一名咨询师和学者，他曾和许多公司在营销调研、销售管理和营销战略方面有过合作。但阿姆斯特朗博士最为热爱的还是教学工作。他积极参与商学院学生项目的管理工作，并因此获得校级和院级的教育奖项。

目录: 第1篇 定义市场营销和市场营销过程

第1章 营销：创造和获取顾客价值

章首案例

什么是市场营销

理解市场与顾客需求

设计顾客导向的市场营销战略

制定整合的市场营销计划和方案

建立顾客关系

营销实例1. 1顾客创造的市场营销：年度广告代理商?你!

获得顾客价值

变化中的市场营销领域

综上所述，什么是市场营销

案例 制熊工坊：制作一份记忆

第2章 公司战略与营销战略：合作建立客户关系

章首案例

公司范围的战略规划：明确市场营销的作用

营销实例2. 1星巴克咖啡：何处增长是热的，但不会过头

营销策划：合作建立客户关系

市场营销战略与市场营销组合

管理市场营销活动

测量与管理市场营销投资回报

案例 美国易捕公司：捕鼠大诱饵

第II篇 理解市场和消费者

第3章 分析市场营销环境

章首案例

企业的微观环境

企业的宏观环境

营销实例3. 1阿莫普莱斯金融：市场依旧繁荣

对市场营销环境的反应

案例普锐斯：领跑混合动力车新浪潮

第4章 管理市场营销信息获得顾客洞察

章首案例

市场营销信息和顾客洞察

评价市场营销信息需求

开发市场营销信息\_

市场营销调研

分析和运用市场营销信息

其他市场营销信息问题

营销实例4. 1 网上追踪消费者：明智的目标锁定还是令人不快的小伎俩

案例 Enterprise 租车公司：测量服务质量

第5章 消费者市场与消费者购买行为

章首案例

消费者行为模型

影响消费者行为的因素

营销实例5. 1 品牌形象大使：雇用生活中的真实消费者

购买决策行为类型

购买决策过程

新产品购买决策过程

案例 维多利亚的秘密——红粉佳人：维持品牌的时尚性

第6章 组织市场与组织购买者行为

章首案例

组织市场

组织购买者行为

营销实例6. 1 国际市场营销方式：入乡随俗

机构和政府市场

案例 波音：销售梦想(飞机)

第III篇 设计顾客导向的营销战略与营销组合

第7章 顾客导向的市场营销战略：为目标顾客创造价值

章首案例

市场细分

目标市场选择

营销实例7. 1 宝洁：与自己竞争——胜利!

差异化与定位

案例 土星汽车：改善形象

第8章 产品、服务和品牌：构建顾客价值

章首案例

什么是产品

产品和服务决策

品牌战略：建立强势品牌

营销实例8. 1 卓越品牌：与消费者联系

服务营销

案例 ESPN：一个娱乐品牌的发展历程

第9章 新产品开发与产品生命周期战略

章首案例

新产品开发战略

新产品开发过程

管理新产品开发

产品生命周期战略

营销实例9. 1 卡夫：大量优质的老产品，太少优质的新产品？

产品和服务的另外问题

案例任天堂：改造市场，振兴企业

第10章 定价：理解和获得消费者价值

章首案例

什么是价格

影响定价的因素

营销实例10. 1 制定高价并引以为豪

案例 西南航空公司：主导定价游戏

## 第11章 定价战略

### 章首案例

新产品定价战略

产品组合定价战略

价格调整战略

价格变动

公共政策与定价

营销实例11. 1 葛兰素史克：超越销售和利润的定价

案例 Payless ShoeSource：时尚但价廉

## 第12章 营销渠道：递送顾客价值

### 章首案例

供应链和价值递送网络

营销渠道的性质和重要性

渠道行为和组织

渠道设计决策

渠道管理决策

营销实例12. 1 通过经销商网络的帮助，卡特彼勒轰然作响

营销物流与供应链管理

案例飒拉：时尚世界的技术巨头

## 第13章 零售与批发

### 章首案例

零售

营销实例13. 1 沃尔玛：大到几乎不可思议

批发

案例 全食食品：一种全方位战略

## 第14章 沟通顾客价值：整合营销沟通战略

### 章首案例

促销组合

整合营销沟通

沟通过程概述

开展有效营销沟通的步骤

制定总促销预算和组合

营销实例14. 1 消费品公司是否过于“推式”化了

营销沟通的社会责任

案例 汉堡王：食品促销战

## 第15章 广告与公共关系

### 章首案例

广告

营销实例15. 1 麦迪逊和葡萄藤：广告业与

娱乐业的新互动

公共关系

案例 可口可乐：又一个广告成功

## 第16章 人员销售和销售促进

### 章首案例

人员销售

管理销售人员

人员销售过程

营销实例16. 1 价值销售：价值商人与价值挥霍者

销售促进

案例 宝洁：通过客户业务发展部门实现销售

## 第17章 直复营销和网络营销：建立直接顾客关系

### 章首案例

直复营销新模式

直销的发展和好处

顾客数据库和直复营销

直复营销的形式

营销实例17. 1 购物目录，购物目录——无所不在

网络营销

直复营销中的公共政策问题

案例 StubHub：门票倒卖，可敬的尝试？

第IV篇 拓展市场营销

第18章 创造竞争优势

章首案例

竞争者分析

竞争战略

营销实例18. 1 丽嘉酒店：创造顾客亲密性

平衡顾客导向和竞争导向

案例 博士音响：通过真正的差异竞争

第19章 全球市场

章首案例

21世纪的全球营销

考察全球营销环境

决定是否走向全球

决定进入哪些市场

决定如何进入市场

制定全球营销计划

营销实例19. 1 奥利奥和牛奶：中国风格

营销实例19. 2 当心你的语言！

决定市场营销组织

案例 诺基亚：预想联系的世界

第20章 可持续的市场营销：社会责任和道德

章首案例

可持续市场营销

对市场营销的社会批评

消费者推动可持续市场营销行为

营销实例20. 1 沃尔玛：世界超级“生态保姆”

可持续市场营销的企业行为

案例 埃克森美孚公司：商品世界中的社会责任

附录 营销计划

营销计划：导论

Sonic公司的营销计划范例

· · · · · (收起)

[市场营销原理](#) [下载链接1](#)

标签

市场营销

营销

菲利普 · 科特勒

营销管理

管理

商业

教材

管理学

## 评论

营销的核心要义就是与顾客建立起稳定而长期的关系，而建立这种关系的基础就是能为顾客提供其想要的价值。只有在“想顾客之所想”的前提下，各种营销策略、广告技巧、市场开发与公关才有运作的价值。书的年代略久远了（虽然出版年份是2010但里面的内容基本停留在2008），里面很多正面案例现在都变成了失败案例（比如诺基亚），而且当下互联网对于市场营销的影响是远超于书中所述的。

-----  
除了考试到下辈子都用不到的东西……找个喜欢的工作为什么那么难！

-----  
为了项目被迫把这个看完了，大部分很好，不过有的部分不是很理解，可能自己没有这方面的经验吧

-----  
经管教材。案例经典。

-----  
读完就忘了。。。缺少实践

总算看完鸟～累死个银啊。。。但是受益匪浅啊～～～

随便看了下新生读物了。。

对现有常识进行了梳理。案例总能让人大开眼界。

电子档 必知

市场营销通用教材。。

别看书名像课本，内容非常有趣可读，很多方法论很经典。

非常不喜欢这本书的排版。。(所以临考试了也没预习完么ヽ(ﾟ\_ﾟ)ﾉ 我就不明白了。学校怎么这么喜欢人大的书

为什么感觉比上学期看《营销管理》时要投入很多  
是作者写的更好了还是我自己更加好学了=，=  
好吧最终还是剩下三分之二没看完。。。。

不用多说，经典就是经典。一般的书跟它没得比的！

我的营销学的入门书

跟更薄更老的营销管理那本书相比较，这本书全面，全面也导致各个方面都停留在概念层次，较少谈及实际操作中的问题。市场细分以及零售这两章我觉得写的最好。结合网易的《市场营销原理》的课一起看，教材基本一致，效果很好。

作者如果不是吃货，怎么可能会写出“卡夫现在销售20多种奥利奥产品，从最初的卡夫奥利奥、奥利奥夹心饼干、奥利奥双色夹心饼干、奥利奥巧脆卷以及奥利奥巧克力威化到奥利奥迷你饼干、奥利奥点心蛋糕甚至奥利奥冰淇淋甜筒。”这种话啊！！！

市场营销就这点东西？

上学的时候都干啥去了。。。。

很经典的教材，提供了完整的一套逻辑体系。看的版本案例有点老了，但是不妨。虽然我知道看完我依然不了解实际行业运作，但我就是奔着方法论去的。

[市场营销原理 下载链接1](#)

## 书评

对于时间碎片化，追求阅读产出比的职场人来说，什么才是好书呢？

以下两类书最合适职场人阅读：

- 1、揭示事物的底层规律的。世界是变化的，但人性是相对稳定的，了解世界运行的规律，你才不会被困住，才能灵活运用，甚至利用它。
- 2、实用技能型的。职场需要用成绩说话，实用类书...

时隔2年后，又读了《营销管理》，建议各位也读下。管理比较接近实际，会更有实操性，而且排版更清晰易读，不会出现大段的文字，用心做下结构图，也更加清晰易记。下面是我的《营销管理》的读书笔记。

《营销管理（第15版）》的豆瓣书评：【用图抽丝剥茧读《营销管理》】这是一本...

我是学这个专业的。这是我学的第一门专业课的教材。当时学了没多久就出了 12 ed. (第十二版) 就内容而言是非常好的书！条理清晰，作者将概念性的关键词都列在了书旁的空页，很方便查阅。（相较后来的Global Marketing的书这个优点最明显了）章节安排得也很到位。大家一定要啃...

对于很多人来讲，产品和价格很重要，大部分顾客都在讲性价比，推销员讲的最多也是产品性能优点，和对应的价格优势。但是对于厂商（品牌）而言，渠道的重要性丝毫不比价格和质量低。一个好的渠道，能快速做大规模、减少渠道内耗。最成功的案例莫过于格力电器，其成功的渠道模式...

特劳特的《定位》一书很火，火到大家生活工作都在用定位这个词。比如大龄剩女之所以剩下，很多人归咎于自身定位不清晰，然后跟20多岁年轻女人竞争处于劣势下，价格（要有房有车收入不能低于多少）却高了。用小米的话说：剩女就是性价比不高。言归正传，我认为特劳特的《定位》...

将与我当前工作结合最紧密的几大模块看完了，还是有蛮多收获的。  
1、书本和实际还是有差别的，书上讲的销售方法逻辑很清晰、架构很完整，但实际工作遇到的具体情况不会给人这么多方面的信息。  
2、要用脑子去干活，之前对营业部的信息判断过程已经基本结束，现在是要去建立联系...

曼昆的《经济学原理》开篇明义的指出：经济学是一门研究最优化利用资源的学问。在市场营销原理渠道营销中，按理厂家直接卖货给消费者，路径最短，效率最高，资源最节约，没有中间商赚差价。但是传统的市场营销原理认为“渠道成员增加价值”，交易效率更高。如图所示 在图中3个...

## 10.1 什么是价格

价格：狭义上上，是为产品或服务收取的货币总额。广义上，是顾客为获得、拥有或使用某种产品或服务的利益而支付的价值。

10.2 主要的价格定价策略

价格区间：产品成本下限，顾客的价值感知上限，并受其他内外部因素影响。

--以顾客价值为基础的定价：基于客户...

语言通俗易懂，案例多且很有趣，理论系统。典型的美国教科书风格，可读性强，应该是入门很棒的教程。但毕竟是2010年版，在瞬息万变的商业社会中，这些年来有了很多变化，案例上有的不够时新，非营销专业，不太清楚理论上是否也有一些变化与跟进。总之，还是一本很好的入门教程...

第013页。亨利福特曾经说过“如果我问人们想要什么，他们会说跑的更快的马”。所以消费者洞察就是以自己作为消费者的视角，而能创造出直击消费者内心的产品，引领消费时代的伟大产品。

第016页。丽思卡尔顿酒店的案例说明服务就是让人由衷地高兴，并且让人钦佩。

第017页。...

作者在延续以往版本之精华的基础上，建立了一个创新性的顾客价值和客户关系框架。该框架涵盖当今市场营销的基本要素，重点提出了五个主要的价值主题：

- 为了获得来自顾客的价值回报，首先要为顾客创造价值。
- 建立和管理强势品牌以创造品牌资产。 • 测量和管理市场营销回报。 ...

[市场营销原理 下载链接1](#)