



教学资源

☐ 参考试题及答案

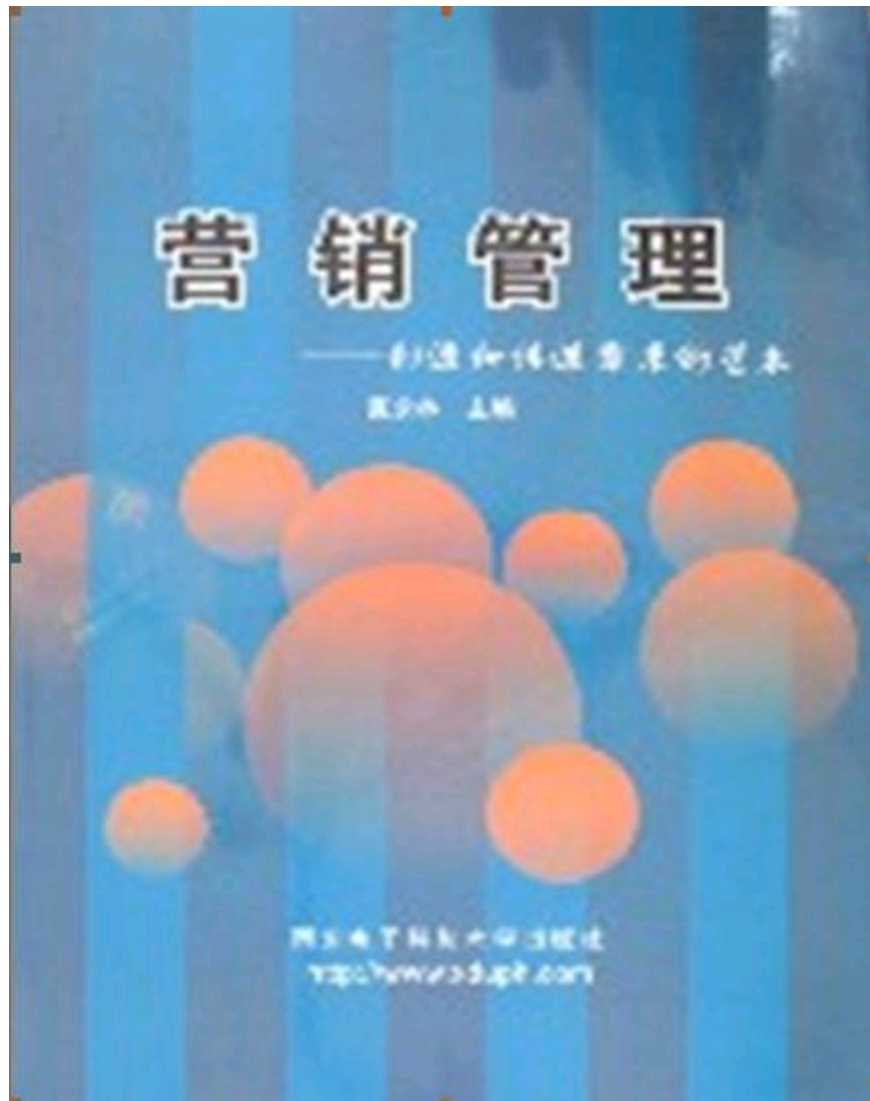
☐ 习题集

☐ 案例集

☐ 学生报告

教材

a. 夏永林主编，王益锋副主编的《营销管理-创造和传递需求的艺术》，西安：西安电子科技大学出版社



b. 教材特点

该教材主要采用菲利普科特勒体系，但案例和实例主要以中国IT企业为例，充分结合了行业的特点。

c. 内容简介

营销是个人或集体通过创造、提供出售、并同别人交换产品和价值，以获得其所需之物的一种社会和管理过程。市场营销管理被称为创造和传递需求的艺术，所以，营销管理的重要性强且难度大。本书共16章，在第1章和第2章详细介绍了市场营销的基础理论之后，从营销管理过程的视角出发，设计了分析市场机会、设计营销战略、策划营销方案、管理营销活动内容。市场营销的基础理论包括营销管理与市场营

销的基本概念及基本框架，可对读者起到一个引导和铺垫的作用。分析市场机会部分主要讨论了营销环境给公司带来的机会与威胁，如何对市场需求进行测量与预测以及对消费者行为和组织的分析；设计营销战略部分主要讨论了竞争者战略和目标市场营销战略；策划营销方案部分包括产品、价格、渠道、促销四大策略组合；管理营销活动部分的主要内容是市场营销的计划、组织、执行、评价与控制。本书编写的一大特色是案例的选取以电子、电信等高新技术行业为主，具有很强的时代感。

d. 目录

第1章 市场与市场营销
第2章 顾客价值与顾客满意
第3章 战略规划与营销管理
第4章 市场营销环境分析
第5章 营销信息系统和市场需求测量与预测
第6章 消费者市场与消费者购买行为分析
第7章 组织市场与购买者行为分析
第8章 竞争者分析与竞争者战略
第9章 目标市场营销战略
第10章 产品策略
第11章 产品生命周期与新产品开发
第12章 价格策略
第13章 分销策略
第14章 沟通策略
第15章 沟通工具
第16章 营销计划、组织、执行与控制
参考文献

e. 教材建设

(1) 在市场营销学教材建设方面，1993年8月，王益锋老师作为主要编写人员，参加编写了东北大学出版社出版的《市场营销学》；1995年1月，王益锋老师作为副主编编写了江西高校出版社出版的《现代市场营销学》；2006年9月，王益锋老师作为副主编编写了西安电子科技大学出版社出版的《营销管理》。

(2) 修订中的《市场营销学》课程教学计划（18单元/54学时），共84页单行本，已经打印成册（有实物，打印版）。还有案例集、课程论文集、调研报告集等。

(3) 现打算在三年内，由王益锋老师主编出版《市场营销学》教材。2007年5月王益锋老师主编的《管理学》教材，由西安电子科技大学出版社出版

■ 参考目录

1. 苗雨编著《世界500强营销之道》，地震出版社，2005年10月。
2. 菲利普·科特勒《营销管理》（第11版），上海人民出版社，2003年10月。
3. 菲利普·科特勒《市场营销原理》（第9版），清华大学出版社，2003年3月。
4. 郭朝阳《中国著名企业营销案例评析》，广东经济出版社，2002年4月。
5. 邱斌《中外市场营销经典案例》，南京大学出版社，2001年11月。
6. 曹刚，李桂陵，王德发《国内外市场营销案例集》，武汉大学出版社，2005年12月。
7. J. 保罗·彼德，杰里·C. 奥尔森《消费者行为与营销战略》，东北财经大学出版社，2000年5月。
8. 熊仕平《品牌战略与产品推广策划》，中国经济出版社，2003年1月。

■ 网上资源

中国营销传播网<http://www.emkt.com.cn/>
中国市场营销网<http://www.ecm.com.cn/>
现代营销 <http://www.xdyx.com.cn/>

中国经营报<http://www.cb.com.cn/>

《商业时代》杂志社 <http://www.ectime.com.cn/>

中国管理传播网 <http://manage.org.cn/>

行销网<http://www.xingxiao.com/>

网上新观察<http://www.marketingman.net/>

营销人网<http://www.yingxiaoren.net/>

中国营销在线<http://www.2332.net/>

中国网络营销网<http://www.dowww.com/>

数字化营销科研网<http://www.21emarket.net>

建议使用：1024*768分辨率 IE5.0以上版本浏览器

西安电子科技大学经济管理学院 版权所有 网页设计:经管院网络建设小组

Copyright © 2005-2006 All rights reserved.