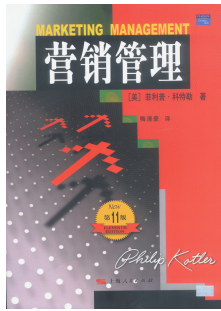


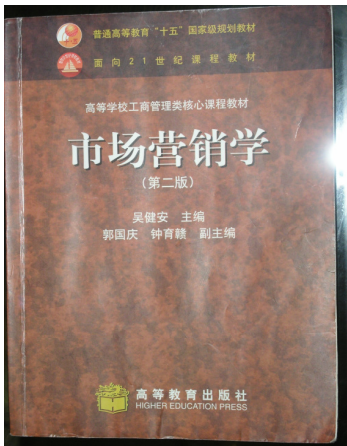
参考书目

- 1、菲利普·科特勒/梅汝和等译，《营销管理》（第11版），上海人民出版社，2004.7



本书是国际公认的营销学圣经，是国内引进的最高水平的营销学经典教材，它以介绍21世纪市场营销的新内容为主，把营销思想应用于所有产品与服务市场领域，并提供了一个营销管理的广阔视野和分析框架。

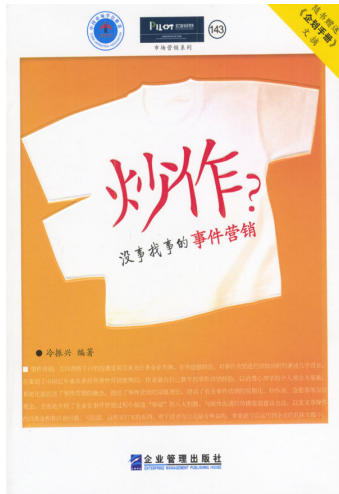
- 2、吴健安，市场营销学（第三版），高等教育出版社，2007.4



本书是教育部普通高校教育“十五”国家级规划教材，并且是高等教育百门精品课程教材建设计划精品项目的主教材。第一版获得2002年全国普通高等学校优秀教材一等奖。与本书配套出版的，还有《〈市场营销学〉学习指南与练习》（第二版），《市场营销经典案例》以及《〈市场营销学〉教学课件》，这些出版物共同构成市场营销学课程内的立体化教学解决方案

本书根据工商管理类核心课程——市场营销教学基本要求编写，从当代市场营销学理论与实务发展的现状出发，博采众长，坚持理论与时间相结合，论述与评论相结合，论证与个案相结合，全面介绍了市场营销的基本理论，策略和方法，具有一定的创新性，前瞻性和较强的实用性。

- 3、冷振兴，事件营销，中国科技出版社，2005.11



事件营销，其四两拨千斤的传播效果历来为许多企业青睐。非常遗憾的是，对事件营销进行详细剖析的著述几乎没有。在策划了中国近年来众多经典事件营销案例后，作者融合自己数年的事件营销经验，以消费心理学的介入理论为基础，系统化地论述了事件营销的概念，提出了事件营销的项链理论，澄清了有关事件营销的短期化、炒作说、会惹事等误区观念，全面地介绍了企业在事件营销过程中制造“事端”的八大招数、与媒体沟通的传播渠道建设方法，以及文章操作的具体流程和注意问题。可以说，这些实打实的东西，对于读者而言是最有裨益的，拿来就可以运用到企业的具体实践中。

作者冷振兴，实战营销专家北京南北通咨询有限公司 创意总监长期致力于企业营销传播的实践和研究多家经济报刊媒体特约稿人曾在《中国经营报》、《中国经济时报》、《智囊》、《赢周刊》、《知识经济》、《中国青年报》、《成功营销》、《广告主》、《厂长经理日报》、《经济视点报》、《当代经理人》、《广告直通车》等报刊发表论文、文章百余篇。

- 4、金伯杨，感召营销，经济科学出版社，2005.5



口碑是古老的传播“媒体”，是独特的营销管道，而感召是口碑传播的内在引爆器，是口碑营销的成功诀窍。本书是第一本全面阐述感召营销理论及实践的书籍。它首次系统地提出感召营销的理论，深入剖析感召营销的精髓，并对如何启动感召营销，以及感召营销的五个步骤进行提炼与论述，与此同时，作者还对口碑传播进行了总结与提炼。本书力求将理论与实践相结合，引用大量应用感召营销的经典案例，将从更宽的广的范围启发读者的思维，让读者从感召营销中受益。

- 5、郭翠梅，市场营销学，暨南大学出版社，2004.11



市场营销学的发展有近百年的历史，改革开放后，市场营销学在中国的发展也有 20 年的时间了。市场营销学是市场经济的产物，它是随着西方资本主义市场经济的发展而创立与逐步完善的，而日益完善和发展的市场营销学已成为市场经济中企业管理的有力武器，一个没有现代市场营销观念的企业管理人员，简直是不可思议的。在我国，市场营销学正走出学术的象牙塔，以前所未有的速度在社会经济活动中传播，这也是我国社会主义市场经济蓬勃发展的必然结果。现在，在学者的著作和演讲中，在日常报章中，在管理人员的日常沟通中，我们都可以发现市场营销学的专业术语出现得越来越频繁。

- 6、张良营，销训练营，海天出版社，2003.2



本书注重三个层面的培训：最重要的是业务员个人素质的培训、企业忠诚度的培训，然后才是销售技能的集中培训。本书可以由销售总监指导培训，也可以由业务员自行学习。书中的许多经验总结自全球众多一流营销人才的事例，比如汽车推销之神吉拉德、保险推销之神原一平、美容产品推销明星玛丽牵凯，以及地产和其他行业的推销精英等的实例，相信会对您和您的企业有所帮助。

- 7、张良，营销黄金眼，海天出版社，2004.3



丛书重点在培养读者的市场洞察力、需求判断力、规划能力、信息战的能力、整合营销的系统能力、营销企划能力、营销执行监察能力以及营销团队管理建设与激励能力等。

- 8、沈鸿英，服装店行销策略，经济管理出版社，2003.12



本书就女子服装店的概况和特性、选择商区、选择商品、采购、定价、待客技巧和促销方法为读者开发新的观点，另辟快捷方式，希望经由本书的介绍，能使已开业的您，正在筹备开张的您，或对此行业有梦想、有期待的您，有更深刻的了解及认识。

- 9、刘忠涛，直销员从业规范，中国经济出版社，2005.6



本文中描述的主题是“从业规范”，就意味着它不同于法律、道德等因素，在它的框架中没有任何法律约束力和道德约束力让你必然进行某些行为。它的采纳与否对于直销员而言，更重要的是它对“直销”效率的影响：多遵从本书中的规范，直销效果将会更明显。

- 10、逯宇铎，国际市场营销学，机械工业出版社，2006.2



本书共四篇十六章。国际营销环境篇帮助读者了解国际市场营销环境。国际营销战略篇帮助读者掌握国际市场营销战略、进行国际市场细分和定位、采取正确的方法进入国际市场、实施国际市场的业务战略和竞争战略。国际营销策略篇帮助读者掌握国际市场营销的策略，正确使用各种技巧和方法实现国际市场营销目标。国际营销管理篇帮助读者有效地进行国际营销组织与控制，让读者懂得如何开展市场调研预测和评估，了解如何实施国际营销管理。

- 11、彭程，马狮营销—关系营销成功典范，中国经济出版社，2004.11



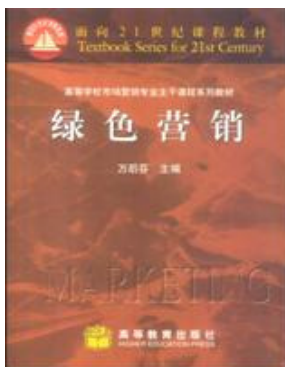
本书先介绍马狮的发展历程，详细剖析马狮关系营销策略，然后分析世界与中国零售业的发展以及入世后中国零售业走向的问题。

- 12、(美) 戈等·福克赛尔等/裴利芳等译：《市场营销中的消费者心理学》，机械工业出版社，2001.9



本书综合利用心理学、社会学、人类文化学、社会心理学以及经济学的有关理论和方法，不仅探讨了影响消费者行为的心理因素，而且也研究了影响消费者行为的社会因素、文化因素和经济因素。

- 13、万后芬：《绿色营销》，中国高等教育出版社，2001.6



本书由我国首届高校名师，营销界的知名教授万后芬老师主编，是一本比较系统介绍绿色营销学相关理论的教材。书中详细论述了绿色营销理论的起源与发展，绿色营销的 4PS 理论及绿色产业的发展，并且在每章均附有一个案例供实践研究，是研究绿色营销的一本很好的参考文献。

- 14、黄敏学：《网络营销》，武汉大学出版社，2000.7



本书在融合了传统的市场营销理论的基础上，注重总结我国企业从事电子商务活动中的经验和教训，力图从我国市场的实际情况出发，研究适用于我国企业的网络营销规律、策略、方法与技巧。本书在全面、系统阐述网络营销理论的前提下，运用大量翔实的案例，突出应用性强的营销实务与方法，由浅入深地讲解了网络营销的具体操作，具有很强的实用性。

