

市场营销学(即销售学)思考题(之一)

一、Marketing 这门学科为何译为《市场营销学》比较贴切?

二、“市场营销观念”(Marketing Concept)是现代市场营销学的理论基础,这个观念是怎样演变形成的?它的核心思想是什么?

三、近二、三十年来,市场营销学的基本理论有什么新的发展?

四、在我国经济体制改革过程中,企业研究市场营销学的意义何在?

五、出口企业营销由生产导向进展到用户导向,它的工作态度应该有哪些具体体现?

六、在工业发达国家,市场营销学的基本理论应用范围越来越广,情况怎样?

七、国际市场营销学(International Marketing)强调对外经贸企业必须研究国际营销环境,它包括哪些主要内容?

八、从微观经济角度研究企业营销策略,对于“市场”(Market)、“潜在市场”(Potential Market)和“未来市场”(Latent Market)几个概念应该怎样理解?

九、什么是“市场细分”(Market Segmentation)?企业如何选择市场细分标准?

十、什么是“目标销售”(Target Marketing),实施目标销售有几种策略可循?

外贸企业管理系