



GT.0000026607

GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN

TS. NGÔ XUÂN HOÀNG (CHỦ BIÊN)

Giáo trình

MARKETING CĂN BẢN

Sách tặng



NHÀ XUẤT BẢN ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	5
Chương 1. Những vấn đề lý luận cơ bản về Marketing	7
1.1. Sự ra đời và phát triển của Marketing	7
1.2. Những khái niệm cơ bản của Marketing.....	8
1.3. Mục tiêu của Marketing.....	20
1.4. Vai trò của Marketing.....	25
1.5. Các quan điểm định hướng phát triển Marketing.....	26
1.6. Quản trị Marketing.....	35
Chương 2. Môi trường Marketing và hệ thống thông tin nghiên cứu	48
2.1. Môi trường Marketing	48
2.2. Hệ thống thông tin và nghiên cứu Marketing	66
Chương 3. Hành vi khách hàng	83
3.1. Thị trường người tiêu dùng và hành vi mua của người tiêu dùng.....	83
3.2. Thị trường các tổ chức và hành vi mua của các tổ chức.....	98
Chương 4. Lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị thị trường	118
4.1. Sự cần thiết phải phân đoạn và lựa chọn thị trường mục tiêu	118
4.2. Phân đoạn thị trường	121
4.3. Lựa chọn thị trường mục tiêu.....	130
4.4. Định vị thị trường.....	141
Chương 5. Chiến lược sản phẩm	152
5.1. Sản phẩm theo quan điểm Marketing	152
5.2. Các quyết định về sản phẩm	157

5.3. Chu kỳ sống của sản phẩm	165
5.4. Thiết kế và Marketing sản phẩm mới	169
Chương 6. Chiến lược giá	177
6.1. Những vấn đề chung về giá cả	177
6.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến giá	181
6.3. Tiến trình xác định mức giá bán cơ bản	189
6.4. Các chiến lược giá cơ bản.....	197
Chương 7. Chiến lược phân phối	207
7.1. Bản chất của kênh phân phối	207
7.2. Cấu trúc và tổ chức kênh phân phối	211
7.3. Lựa chọn và quản lý kênh phân phối.....	221
7.4. Marketing của các tổ chức bán buôn và bán lẻ	225
Chương 8. Chiến lược xúc tiến hỗn hợp	234
8.1. Bản chất của xúc tiến hỗn hợp	234
8.2. Các căn cứ lựa chọn công cụ xúc tiến hỗn hợp	237
8.3. Các quyết định liên quan đến từng công cụ xúc tiến hỗn hợp	241
TÀI LIỆU THAM KHẢO	263

LỜI MỞ ĐẦU

Chuyển đổi chương trình đào tạo từ *niên chế* sang đào tạo theo học chế *tín chỉ* đòi hỏi mỗi học phần, môn học phải có đầy đủ giáo trình để sinh viên dùng làm tài liệu học tập và tham khảo. Để đáp ứng nhu cầu đó, nhóm tác giả đã tiến hành biên soạn cuốn Giáo trình "*Marketing căn bản*". Cuốn giáo trình này được nhóm tác giả biên soạn dựa trên kinh nghiệm của nhiều năm tham gia giảng dạy, cùng với đó là việc tham khảo một số cuốn giáo trình Marketing của nhiều tác giả, trên cơ sở đó kế thừa và bổ sung, cập nhật những nội dung kiến thức mới, cuốn sách là tài liệu tham khảo cho các cán bộ quản lý và các đối tượng quan tâm.

Giáo trình này được dùng làm giáo trình chính thức giảng dạy và học tập cho giảng viên và sinh viên hệ Cao đẳng Chuyên nghiệp khối ngành Kinh tế, Kế toán, Quản trị kinh doanh của Đại học Thái Nguyên và của các trường trong "*Hiệp hội các trường cao đẳng trung cấp Kinh tế - Kỹ thuật Việt Nam*", với thời lượng kiến thức tương đương với 3 tín chỉ. Giáo trình được biên soạn gồm các nội dung cơ bản sau:

- Những vấn đề lý luận cơ bản về Marketing.
- Môi trường Marketing và hệ thống thông tin nghiên cứu.
- Hành vi khách hàng
- Lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị thị trường.
- Chiến lược sản phẩm.
- Chiến lược giá.
- Chiến lược phân phối.

- Chiến lược xúc tiến hỗn hợp.

Tham gia biên soạn giáo trình là tập thể các giảng viên của Đại học Thái Nguyên bao gồm:

TS. Ngô Xuân Hoàng (chủ biên) - viết chương 1.

ThS. Hồ Thị Thanh Phương - viết chương 2, chương 3.

ThS. Lê Thị Bích Ngọc - viết chương 4, chương 5.

ThS. Trần Thị Tuyết Nhung, viết chương 6, chương 7 và chương 8.

Cuốn giáo trình được xuất bản lần đầu, trong quá trình biên soạn giáo trình, tập thể tác giả đã có nhiều cố gắng để cuốn sách hoàn thiện và cung cấp nhiều thông tin cho bạn đọc. Tuy nhiên, chắc chắn không thể tránh khỏi thiếu sót. Chúng tôi rất mong nhận được ý kiến đóng góp của bạn đọc để giáo trình được hoàn thiện hơn trong lần tái bản sau. Mọi ý kiến đóng góp của độc giả, xin gửi về địa chỉ email: nxhoang@gmail.com.

Xin chân thành cảm ơn!

TẬP THỂ TÁC GIẢ

NHÀ XUẤT BẢN ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
Phường Tân Thịnh - thành phố Thái Nguyên - tỉnh Thái Nguyên
Điện thoại: 0280 3840023; Fax: 0280 3840017
Website: nxb.tnu.edu.vn * E-mail: nxb.dhtn@gmail.com

TS. NGÔ XUÂN HOÀNG (Chủ biên)

GIÁO TRÌNH

MARKETING CĂN BẢN

Chịu trách nhiệm xuất bản:
PGS.TS. NGUYỄN ĐỨC HẠNH

Tổng biên tập:
PGS.TS. TRẦN THỊ VIỆT TRUNG

Chịu trách nhiệm nội dung:
TS. NGÔ XUÂN HOÀNG

<i>Biên tập:</i>	DƯƠNG MINH NHẬT
<i>Trình bày bìa:</i>	LÊ THÀNH NGUYÊN
<i>Chế bản:</i>	LÊ THÀNH NGUYÊN
<i>Sửa bản in:</i>	HOÀNG ĐỨC NGUYÊN

ISBN: 978-604-915-243-6

In 500 cuốn, khổ 16 x 24 cm, tại Doanh nghiệp Tư nhân Tiến Dâu (Địa chỉ: thành phố Thái Nguyên). Giấy phép xuất bản số: 1018-2015/CXBIPH/02-24/ĐHTN. Quyết định xuất bản số: 64/QĐ-NXBĐHTN. In xong và nộp lưu chiểu quý II năm 2015.