



石家莊鐵道大學
SHIJIAZHUANG TIEDAO UNIVERSITY

在线开放课程

现代营销学原理

营销观念

主讲：王学辉

营销观念：是以满足顾客需要为宗旨，从顾客需要出发安排生产和经营活动的基本指导思想，它基于消费者主权论。

目录



在线开放课程

1.1 生产观念和推销观念

1.2 市场营销观念和社会营销观念

1.1 生产观念和推销观念



在线开放课程

1. 生产观念：（供给相对不足、卖方竞争有限）
 - 以生产者为中心
 - 企业的主要任务是扩大生产经营规模，增加供给并努力降低成本和售价。

2. 推销观念：（市场供给充裕、销售面临困难、竞争加剧但不严酷）

- 推销观念的核心是实现商品销售，以产品为中心推给别人。
- 因而企业的主要任务是扩大和加速销售，注重推销方法和技巧。

1.2 市场营销观念和社会营销观念



在线开放课程

1.市场营销观念：消费者主权论。

- 通过市场调查，满足不同的需求；
- 以顾客为中心，给顾客服务，获得我应该的效益。

2. 社会营销观念：消费者扩大到社会公众。把企业利益、消费者利益(更强调消费者的长远利益)和社会利益有机地统一起来。

小结



在线开放课程

- 营销观念的发展过程

