



石家莊鐵道大學
SHIJIAZHUANG TIEDAO UNIVERSITY

在线开放课程

现代营销学原理

营销学理论的发展

主讲：王学辉

目录



在线开放课程

6.1 20世纪50年代的重要概念

6.2 20世纪60年代的重要概念

6.3 20世纪70年代的重要概念

6.4 20世纪80年代的重要概念

6.5 20世纪90年代以来营销学的新发展

6.1 20世纪50年代的重要概念



在线开放课程

- | | |
|-----------|-----------|
| 1. 市场营销组合 | 尼尔·鲍顿 |
| 2. 产品生命周期 | 乔尔·迪安 |
| 3. 品牌形象 | 西德尼·莱维 |
| 4. 市场细分 | 温德尔·史密斯 |
| 5. 市场营销哲学 | 约翰·麦克金特立克 |
| 6. 营销审计 | 艾贝·肖克曼 |

6.2 20世纪60年代的重要概念



在线开放课程

1. 4P' s组合 杰罗姆·麦克锡
2. 营销近视症 西奥多·莱维特
3. 生活方式 威廉·莱泽
4. 买方行为理论 约翰·霍华德
 杰迪什·谢斯
5. 大营销 西德尼·莱维
 飞利浦·科特勒

6.3 20世纪70年代的重要概念



在线开放课程

- 1. 社会营销 杰拉尔德·泽尔曼
 飞利浦·科特勒
- 2. 产品定位 阿尔·赖斯
- 3. 服务营销 林恩·休斯塔克

6.4 20世纪80年代的重要概念



在线开放课程

1. 内部营销 克里斯琴·格罗路斯
2. 全球营销 西德尼·莱维
3. 直接营销
4. 关系营销 巴巴拉·本德·杰克

6.5 20世纪90年代以来营销学的新发展

在线开放课程

1. 合作营销
2. 绿色营销
3. 网络营销

小结



在线开放课程

- 各个年代的主要营销理论

