**《网络营销》课程大纲**

（network marketing）

**课程性质：** 专业核心课

**课程学分/学时：**2学分/32学时

**上课时间/教室：**待定

**开课学院：**管理学院

**教师姓名/职称：** 黄诚，讲师

**教师联系方式：** 17789828572/2499730084@qq.com

**办公时间/地点（Office hours/Place）：**每周四14:30-16:30，社科楼南207

**一、课程简介及目标**

本课程是市场营销专业一门重要的学科专业核心课。先修课程《市场营销》、《电子商务》等，它是后续《商务沟通》、《客户关系管理》等专业课程的重要理论基础，在营销策划、实际销售等领域有着广泛的实践应用。

课程内容主要包括网络营销基础理论、网络营销应用理论和网络营销实施与实践，共三大部分。网络营销基础理论部分主要介绍网络营销的发展与变化、网络营销的内容体系和网络营销与传统营销的区别；网络营销应用理论部分主要讲解战略管理、营销组合、管理沟通以及关系营销、品牌营销等营销与管理学在网络环境下的具体应用；网络营销实施与实践主要讲解搜索引擎、电子邮件、网络会员联盟、网络广告、病毒营销、微信和微博等具体的网络营销渠道、工具、方法在现实当中的实施与实践。

课程旨在让学生认识网络营销的重要性、理解掌握网络营销的基本理论等基础上，重点培养学生把营销专业所学的相关理论在互联网环境下的具体应用，能够理论联系实际，学会分析案例，解决实际问题，提高学生网络营销实践的能力。

课程教学方法上，在传统的老师讲解和多媒体教学的基础上，进行大量的案例分析、案例讨论与发言以及案例情景模拟等，以接近实际应用的方式，让学生从真实案例和情景模拟中锻炼网络营销战略分析和营销组合要素应用的营销策划能力，进而提升学生的网络营销思维能力与实际操作能力。课程具有趣味性和实用性。

**二、课程资料及教学要求**

**使用教材**

《网络营销：战略、实施与实践》,戴夫.查菲,机械工业出版社,2015，80元，ISBN:9787040309430

**阅读书目（必读、选读）**

**必读（全部阅读）**

1、《网络营销推广实战宝典》，江礼坤，电子工业出版社，2012

2、《成功的网络营销：方法精选与案例解析》，杨立军，李淼主编，电子工业出版社，2012

3、《网络营销导论》，刘向晖，清华大学出版社、2009

4.《网络营销》，作者:[杨路明](http://search.dangdang.com/?key2=%D1%EE%C2%B7%C3%F7&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank) [陈曦](http://search.dangdang.com/?key2=%B3%C2%EA%D8&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank) [罗裕梅](http://search.dangdang.com/?key2=%C2%DE%D4%A3%C3%B7&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank) [刘明](http://search.dangdang.com/?key2=%C1%F5%C3%F7&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)出版社:[机械工业出版社](http://search.dangdang.com/?key3=%BB%FA%D0%B5%B9%A4%D2%B5%B3%F6%B0%E6%C9%E7&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)出版时间:2017

5.《网络营销》，作者:[陈志浩](http://search.dangdang.com/?key2=%B3%C2%D6%BE%BA%C6&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)，[刘新燕](http://search.dangdang.com/?key2=%C1%F5%D0%C2%D1%E0&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)　主编出版社:[华中科技大学出版社](http://search.dangdang.com/?key3=%BB%AA%D6%D0%BF%C6%BC%BC%B4%F3%D1%A7%B3%F6%B0%E6%C9%E7&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)出版时间:2013

# 6.《网络营销实战密码：策略、技巧、案例》，作者:[昝辉](http://search.dangdang.com/?key2=%EA%C3%BB%D4&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)　著出版社:[电子工业出版社](http://search.dangdang.com/?key3=%B5%E7%D7%D3%B9%A4%D2%B5%B3%F6%B0%E6%C9%E7&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank)出版时间:2013年05月

**选读（选读相关章节）**

7.《爆发：大数据时代预见未来的新思维》，（美）艾伯特－拉斯洛·巴拉巴西著，马慧译，中国人民大学出版社，2012年，59.90元，ISBN：9787300154749

8.《平台战略：正在席卷全球的商业模式改革》，陈威如等著，北京：中信出版社，2013年，58元，ISBN：9787508637563

9.《联盟：互联网时代的人才变革》，（美）霍夫曼，卡斯诺查等著，路蒙佳译，北京：中信出版社，2015年，39元，ISBN：9787508649351

10.《移动学习：企业培训的“风口”》，陈澄波，张雷著，北京：机械工业出版社，2015年，49元，ISBN：9787111502937

教学要求

教学方法，主要采用案例分析、情景模拟和老师讲解等教学方法。案例分析和情景模拟以小组为单位进行，每组确定组长1名，秘书1名。组长负责案组织和召集小组成员，秘书负责记录。案例分析时要求小组每个成员都要发言，发言内容秘书记录下来。情景模拟时由组长安排情景角色分配，没被分配角色的成员负责对参与角色成员进行打分、评判，然后小组共同讨论模拟情况，整个过程事后秘书进行回忆记录。案例分析和情景模拟的记录内容作为小组成员的平时成绩的重要依据。老师课堂讲解时，学生应做好笔记，尤其是扩展式讲解内容，学生必须记录。

学生需要每次课前做好经典书目阅读和教材内容预习、上网查找相关案例材料、做好课堂笔记、按时提交平时作业、及时期末复习等。

每次课前学生需要30-60分钟左右时间用来预习教材内容、阅读指定经典书目并撰写读书笔记，以及上网查阅资料等。课程结束后需要及时复习。案例分析撰写的时间需每周安排2-3次以上时间，以团队形式开展相关工作，每次时长保证1-2小时。

**三、课程内容**

| **周次** | **时间** | **内容** | **课前阅读** | **携带材料** | **课堂测验与课后习题** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1** | **5/3** | **网络营销基础理论**  **1网络营销产生与发展**  **2网络营销的内容体系**  **3网络营销与传统营销** | **阅读1第1章**  **阅读案例p31**  **阅读2 第1章** | **教材、阅读笔记及课外阅读材料** | **课堂随机提问检验预习情况**  **提问网络营销与传统有何不同？试举例说明。** |
| **2** | **12/3** | **网络营销环境**  **1网络营销的微观环境**  **2.网络营销的宏观环境** | **阅读1第2章**  **阅读案例p81**  **阅读3 第1、2章** | **阅读笔记、教材及课外阅读材料** | **课堂随机提问检验预习情况**  **提问用什么方法分析网络营销的微观环境？**  **P81案例分析讨论** |
| 3 | **19/3** | **网络营销战略分析**  **1战略分析的思维方法**  **2战略分析框架** | **阅读1第4章**  **阅读案例p131**  **阅读4 第4、5章** | **必要的课外阅读材料、教材及阅读笔记** | **课堂随机提问检验预习情况**  **P131随堂案例分析** |
| 4 | **26/3** | **网络营销组合要素**  **1产品营销**  **2价格营销**  **3渠道营销**  **4.人员、过程和有形展示** | **阅读1第5章**  **案例材料p216**  **阅读3 第5、6章** | **教材、阅读笔记及必要的课外阅读材料** | **课堂随机提问检验预习情况**  **提问网络营销组合要素是如何发展变化的？**  **P216案例分析** |
| 5 | **2/4** | **沟通与关系营销**  **1顾客参与营销**  **2顾客关系管理** | **阅读1第6章**  **阅读案例p256**  **阅读4 第6、7章** | **阅读笔记、教材及课外阅读材料** | **课堂随机提问检验预习情况**  **提问为什么网络营销强调顾客参与？**  **256案例分析** |
| 6 | **9/4** | **企业网站传递顾客体验**  **1企业网站的设计与规划**  **2企业网站优化**  **3企业网站的维护** | **阅读1第7章**  **案例p301**  **阅读3 第7、8章** | **教材、阅读笔记及必要的课外阅读材料** | **课堂随机提问检验预习情况**  **P301案例分析** |
| 7 | **16/4** | **4企业网站销售与交易**  **5企业网站的关系营销** | **阅读1第7章**  **案例p306**  **阅读4 第7、8章** | **必要的课外阅读材料、教材及阅读笔记** | **课堂随机提问检验预习情况**  **P306案例分析** |
| 8 | **23/4** | **网络营销的计划**  **1 细分和确定目标市场**  **2 渠道组合与预算**  **3 网络营销计划** | **阅读1第8章**  **案例p337**  **阅读3 第8、9章** | **教材、阅读笔记及必要的课外阅读材料** | **课堂随机提问检验预习情况**  **P337案例分析** |
| 9 | **30/4** | **搜索引擎营销**  **1搜索引擎的原理**  **2 搜索引擎营销的特点**  **3.搜索引擎优化** | **阅读4第3章**  **阅读1 第9、10章** | **阅读笔记、教材及必要的课外阅读材料** | **课堂随机提问检验预习情况**  **P68案例分析** |
| 10 | **7/5** | **电子邮件营销**  **1 电子邮件营销原理**  **2.内部邮件列表**  **3.外部邮件列表** | **阅读4第4章**  **案例p85**  **阅读1、2 第6、7、8章** | **教材、阅读笔记及必要的课外阅读材料** | **课堂随机提问检验预习情况** |
| 11 | **14/5** | **网络会员联盟**  **1 会员制营销的原理**  **2 会员营销实施** | **阅读4第5章**  **阅读1、2 第**  **5、6章** | **教材、阅读笔记及必要的课外阅读材料** | **课堂随机提问检验预习情况**  **P95案例分析** |
| 12 | **21/5** | **病毒式营销**  **1病毒营销方法**  **2病毒营销策略** | **阅读4第6章**  **案例p105**  **阅读1、2 第6、7章** | **教材、阅读笔记及必要的课外阅读材料** | **课堂随机提问检验预习情况** |
| 13 | **28/5** | **社会化营销**  **1 博客营销**  **2 微博营销**  **3 web3.0营销模式** | **阅读4第8、9章**  **阅读1 第8、9章**  **阅读2 第8、9、章** | **教材、阅读笔记及必要的课外阅读材料** | **课堂随机提问检验预习情况**  **P138案例分析** |
| 14 | **4/6** | **微信营销**  **1.公众号营销**  **2 朋友圈营销** | **阅读4第7章**  **阅读1、3 第9、10章** | **教材、阅读笔记及必要的课外阅读材料** | **课堂随机提问检验预习情况** |
| 15 | **11/6** | **随堂考试** |  | **教材、阅读笔记及必要的课外阅读材料（电子设备除外）** | **考试** |

**四、课程考核**

课堂考勤与小测验 20%

案例分析作业 30%

期末考试 50%

合计 100%

本课程坚持知识、技能、能力等方面全面考核，以能力和态度考核为重点。

期末成绩=课堂考勤与随机小测验表现（每周）（20%）+案例分析作业（5次）（30%）+期末试卷测试（50%）相结合。

考核标准及要求：

1. 考勤 ：满分100分，迟到一次扣2分、旷课一次扣5分，无故旷课6次取消考试资格。

2. 课堂小测验：一章内容结束前以案例讨论、情景分析的方式检验学生对本章内容的掌握程度。

3. 平时作业：每次课后布置相应的作业，了解学生对本次课的理解情况，并在下次课前检查学生完成情况

4. 期末考试：本学期最后一次课主要以案例分析的形式，让学生独立完成，以检验学生对本课程的掌握情况。

**五、考试安排**

| **日期** | **具体安排** |
| --- | --- |
| **2018-6-4至14** | 以小组为单位收齐、提交案例分析作业（电子版PDF版本）1份至老师邮箱，作为成绩参考。 |
| **2018-6-11** | 按照学校统一安排进行期末考试（开卷） |

**六、考试诚信**

根据《三亚学院学生考试违纪和作弊的认定及处理办法》和《关于进一步加强考风建设的若干意见》，对于违纪和作弊行为给予相关处分，并处违纪、作弊课程记零分、直接重修；取消当年一切评奖、评优资格；学生干部免去其任职资格；进入诚信考试教育学习班学习。

**友情提示：**

1.符合办理缓考条件需申请缓考的同学，须在考试前五个工作日内提交相关材料，在课程开考当日和以后递交是无效的；

2.属下列情况之一者，课程需重修：

（1）课程考核不及格者；

（2）一门课程缺课的学时累计达到该门课程总学时的1/3者(获准课程免听者除外)。

**七、课程资源推荐**

中国电子商务研究中心：<http://www.100ec.cn>

中国国际电子商务网： <http://www.ec.com.cn/>

中国互联网协会：<http://www.isc.org.cn/>

中国互联网络信息中心 http://www.cnnic.net.cn/

**推销与促销课程大纲**

（Promotion and selling）

**课程性质：** 专业方向课

**课程学分/学时：**2学分/32学时

**上课时间/教室：** 周二5、6节/5西301

**开课学院：**管理学院

**教师姓名/职称：** 罗灿/讲师

**教师联系方式：**联系电话18217912696

**办公时间/地点（Office hours/Place）：**每周一15:50-17:00，每周二15:50-17:00，周四14:30-17:00，社科楼南206

**一、课程简介及目标**

推销与促销是市场营销中的重要内容，在现代市场营销领域中有着广泛的应用。《推销与促销》课程内容丰富，主要包括六个部分：第一部分阐述推销的基本概念、作用与研究内容；第二部讲述了推销人员应具备的基本素质和实用技能；第三部分主要分析了推销的重要理论，包括推销方格理论、迪伯达推销模式、埃德帕推销模式等等；第四部分主要分析了消费者的购买行为及心理特征；第五部分主要分析了推销过程的每一个环节；第六部分主要分析了推销的管理工作。

本课程结合大量案例来阐述理论内容，通过一体化的教学，让学生们学习推销准备、寻找顾客、推销接近、推销洽谈、处理异议、成交促成等各个阶段推销过程的专业方法，掌握推销专业技能，能够完成具体的推销任务，形成基本职业能力，毕业后迅速适应各种推销岗位，成为合格的推销人员；同时培养学生的专业意识和职业素养，形成职业发展的关键能力，为今后的职业发展奠定良好的基础。

**二、课程资料及教学要求**

**使用教材：**现代推销学（第二版），主编：张雁白，陈焕明，中国人民大学出版社，出版日期： 2014年07月，35.00元，ISBN：9787300194738

**阅读书目（必读、选读）：**

**必读（全部阅读）：**

1、《现代推销学（第二版）》，主编：张雁白，陈焕明，中国人民大学出版社，出版日期： 2014年07月，35.00元，ISBN：9787300194738

2、《促销基础——顾客导向的实效促销（第五版）》，作者：作者:卢泰宏、朱翊敏、贺和平，出版社：清华大学出版社，出版日期：2016年08月，48.00元，ISBN：9787302441762

3、《现代推销学（第四版）》，作者: 吴健安等编著，出版社：东北财经大学出版社，出版日期：2014年07月，32.00元，ISBN：9787565415845

4、《营销管理(第5版 全球版)》，作者： 菲利普·科特勒, 凯文·莱恩·凯，出版社：中国人民大学出版社，出版日期：2012-04-01，39.00元，ISBN：9787300153674

**选读（选读相关章节）：**

5、《乔.吉拉德快速推销的88条黄金法则》，作者：马福存著，出版社：中国纺织出版社，出版日期：2015年01月，35.00元，ISBN：9787518012329

6、《推销必懂心理学》，作者：任利红，出版社：北京工业大学出版社，出版日期：2011年01月，28.00元，ISBN：9787563922611

**教学要求：**每次课前学生需要预习教材内容、阅读必要的参考书目并上网查找相关案例材料，课中要做好课堂笔记、积极思考并回答相关问题，课后按时提交作业、及时期末复习等。

**三、课程内容**

| **周次** | **时间** | **内容** | **课前阅读（必读、选读、页码范围）** | **携带材料** | **课堂测验与课后习题** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 3月6日 | **1、推销学基本概述**  **2、推销的过程**  **3、推销与市场营销的联系与区别** | **预习**  **阅读1第1 章，P3-16**  **阅读2第1章**  **阅读3第1章** | **教材、阅读笔记及必要的课外阅读材料** | **课堂提问：**  **推销与市场营销的区别与联系。**  **课后练习：**  **教材p16页，3、5题** |
| 2 | 3月13日 | **1、推销的要素**  **2、推销主体-推销人员的基本素质**  **3、推销人员的职责** | **预习**  **阅读1第2 章，P21-37**  **阅读3第2章** | **教材、阅读笔记及必要的课外阅读材料** | **课堂提问：**  **如果是一位推销人员你觉得你还欠缺哪些推销员素质？**  **课后练习：**  **教材p38页，案例分析2-1题** |
| 3 | 3月20日 | **1、推销礼仪的基本概述**  **2、仪容**  **3、仪表**  **4、仪态**  **5、见面礼仪** | **预习**  **阅读1第3章，P40-61**  **阅读3第2章** | **教材、阅读笔记及必要的课外阅读材料** | **课堂提问：**  **如果是一位推销人员你觉得你还需哪些礼仪培训？**  **课后练习：**  **教材p60-61页，3、5题** |
| 4 | 3月27日 | **1、推销对象的基本概述及其分类**  **2、推销方格理论的基本概述**  **3、推销人员方格理论**  **4、顾客方格理论** | **预习**  **阅读1第4章，P66-72**  **阅读3第4章** | **教材、阅读笔记及必要的课外阅读材料** | **课堂提问：**  **做一个自我测试，看看自己属于那一类推销员，你的优点和缺点是什么？**  **课后练习：**  **教材p71页，2、4题** |
| 5 | 4月3日 | **1、推销模式理论**  **2、爱达模式**  **3、迪伯达模式**  **4、挨德帕模式**  **5、费比模式** | **预习**  **阅读1第5章， P73-85**  **阅读3第4章** | **教材、阅读笔记及必要的课外阅读材料** | **课堂提问：**  **随堂案例分析，看看案例中的推销属于什么推销模式？**  **课后练习：**  **教材p83页，2、4题** |
| 6 | 4月10日 | **1、推销信息的概述**  **2、推销信息的类型**  **3、推销环境分析法** | **预习**  **阅读2第3章p44-64**  **阅读2第9章** | **教材、阅读笔记及必要的课外阅读材料** | **课堂提问：**  **课堂案例分析如果你是某公司的推销人员你如何收集推销信息？**  **课后练习：**  **阅读2、p66页，实务题1、2题** |
| 7 | 4月17日 | **1、寻找潜在顾客的必要性**  **2、寻找潜在顾客的方法**  **3、顾客资格鉴定的内容** | **预习**  **阅读1第10章，P176-206**  **阅读3第5章** | **教材、阅读笔记及必要的课外阅读材料** | **课堂提问：**  **随堂案例分析提问**  **课后练习：**  **教材p203页，3、4题** |
| 8 | 4月24日 | **1、接近顾客的准备**  **2、约见顾客**  **3、建立顾客关系** | **预习**  **阅读1第11章，P208-222**  **阅读3第6章** | **教材、阅读笔记及必要的课外阅读材料** | **课堂提问：**  **与顾客见面前的注意事项有哪些，并举例。**  **课后练习：**  **教材p221页，案例11-1题** |
| 9 | 5月1日 | **1、推销面谈的概述**  **2、推销面谈的内容**  **3、推销面谈的技巧** | **预习**  **阅读1第12章，P223-239**  **阅读3第7章** | **教材、阅读笔记及必要的课外阅读材料** | **课堂提问：**  **测试同学们控制情绪的能力**  **课后练习：**  **教材p238页，案例12-1题** |
| 10 | 5月8日 | **1、顾客异议的定义及其分类**  **2、顾客异议的处理技术** | **预习**  **阅读1第13章，P240-250**  **阅读3第8章** | **教材、阅读笔记及必要的课外阅读材料** | **课堂提问：**  **提问常见的几种顾客异议。**  **课后练习：**  **教材p249页，案例13-1题** |
| 11 | 5月15日 | **1、促成交易的定义及信号**  **2、促成交易的方法与策略** | **预习**  **阅读1第14章，P251-272**  **阅读3第9章** | **教材、阅读笔记及必要的课外阅读材料** | **课堂提问：**  **促成交易的条件有哪些？**  **课后练习：**  **教材p272页，案例14-1题** |
| 12 | 5月22日 | **1、售后服务的内涵及方法**  **2、信息反馈** | **预习**  **阅读1第14章，P268-273**  **阅读3第9章** | **教材、阅读笔记及必要的课外阅读材料** | **课堂提问：**  **随堂案例分析提问**  **课后练习：**  **教材p272页，5题** |
| 13 | 5月29日 | **1、销售组织管理的过程**  **2、人员的招聘、选拔**  **3、规划销售队伍** | **预习**  **阅读1第15章，P278-289**  **阅读3第11章** | **教材、阅读笔记及必要的课外阅读材料** | **课堂提问：**  **分析不同类型的推销组织的优缺点，并举例说明**  **课后练习：**  **教材p299页， 3、5题** |
| 14 | 6月5日 | **1、激励和评估推销人员**  **2、销售人员的薪酬制度理论**  **3、推销绩效评估** | **预习**  **阅读1第15章，P289-302**  **阅读3第11章** | **教材、阅读笔记及必要的课外阅读材料** | **课堂提问：**  **提问如何开展对推销人员的内部管理？**  **课后练习：**  **教材p299页，8、9题** |
| 15 | 6月6日 | **随堂考试** | **检验本课程的学习掌握情况** | **教材、阅读笔记及必要的课外阅读材料（电子设备除外）** | **考试** |

**四、课程考核**

考勤 10%

课堂小测验 10%

平时作业 10%

期中考试 20%

期末考试 50%

合计 100%

* 考核标准及要求：

1. 考勤 ：满分100分，迟到一次扣2分、旷课一次扣5分，无故旷课6次取消考试资格。

2. 课堂小测验：一章内容结束前以案例讨论分析的方式检验学生对本章内容的掌握程度。

3. 平时作业：每次课后布置相应的作业，了解学生对本次课的理解情况，并在下次课前检查学生完成情况

4. 期中考试： 学期中期综合检验学生对已上课程的掌握情况。

5. 期末考试：本学期最后一次课随堂考试，主要以案例分析的形式，让学生独立完成，以检验学生对本课程的掌握情况。

**五、考试安排**

| **日期** | **具体安排** |
| --- | --- |
| **2018-5-1** | 以案例分析的形式测试同学们对已学内容的掌握，要求大家上交解决方案作为期中成绩的依据。 |
| **2018-6-12** | 最后一堂课进行随堂考试，开卷，但禁止使用手机等通讯设备，独立作答。 |

**六、考试诚信**

根据《三亚学院学生考试违纪和作弊的认定及处理办法》和《关于进一步加强考风建设的若干意见》，对于违纪和作弊行为给予相关处分，并处违纪、作弊课程记零分、直接重修；取消当年一切评奖、评优资格；学生干部免去其任职资格；进入诚信考试教育学习班学习。

**友情提示：**

1.符合办理缓考条件需申请缓考的同学，须在考试前五个工作日内提交相关材料，在课程开考当日和以后递交是无效的；

2.属下列情况之一者，课程需重修：

（1）课程考核不及格者；

（2）实验课缺做实验达1/3者；

（3）一门课程缺课的学时累计达到该门课程总学时的1/3者(获准课程免听者除外)。

**七、课程资源推荐**

**•推荐三个对学习推销与促销有帮助的网站：**

1、中国市场营销网（www.ecm.com.cn）推荐理由：（1）网站含盖内容众多，有最新动态的更新，进跟时代潮流。该网站包括市场学会、最新动态、新书推荐、营销实践、流通交流、人才培训、学会简介、加入我们、专家论坛共九大版块。 （2）汇集了近万篇营销相关文章。格式内容排版合理，便于打印你所需要的内容。（3）网站的平均访问量很高，权威性最高。（4）为企业和营销专业人士提供展示才华、交流、竞争、创造商机的互动平台，也提供专业的培训、咨询、最新的行业市场动态及新闻、权威的行业市场数据、市场报告和完整系统的营销理论等大量的有益信息。

2、营销学问吧（www.yxxw8.com） 推荐理由：（1）网页设计清新，让人一目了然；插图美观深刻。（2） 内容新颖，主要是对营销策略，市场的分析，营销的应用与创新。有许多 营销案例参考。还有着备受我们关注的消费者心理学等等大量精华信息。（3）可以随便分享到很多文库。信息量相当大。

3、市场营销论坛（www.marketingbbs.cn） 推荐理由：（1）营销家园含盖许多加盟信息，产品展示与最新的火暴信息，与我们大众息息相关，贴近生活。（2）提供专业知识。有着最新的文章，最新的动态，新闻解读，热点讨论。（3）具有权威性。（4）给予了营销人讨论交流的空间。

**书籍：**关于市场营销的学习，建议大家可以看看下面的书籍：1.菲利普.科德勒的《营销管理》，《市场营销》。毕竟是现代营销学之父，而且很多书都有引用他的；2.梁绍川著:《企业文化与管理方式》；3. 菲利普 R·凯特奥拉，约翰 L·格雷厄姆著:《国际市场营销学》；4.张忠元， 向洪主编:《决策资本》；5. 波特著、陈小悦译:《竞争优势》。

**期刊：**

市场营销专业推荐阅读——中文期刊：中国第一本营销类期刊是《销售与市场》，还有《成功营销》、《现代营销》、《投资与营销》、《商界》和《智囊》等等

市场营销专业推荐阅读——外文期刊：MARKETING领域的TOP4：Journal of Marketing Research(JMR), Journal of Marketing(JM), Journal of Consumer Research(JCR), Marketing Science(MS)。仅次于这些的有International Journal of Research in Marketing(IJRM), Journal of Consumer Psychology(JCP), Journal of the Academy of Marketing Science(JAMS), Journal of Retailing(JR), Marketing Letters, 等等。另外还要看领域，advertising 或 service marketing都有各自领域的top journal，如Journal of Advertising Research, Journal of Service Research等。此外，JPSP, OBHDP等Top Journal也常出现marketing相关的文章。