

NG-H
1999

TS. NGUYỄN HỮU HÀ

MARKETING

TRONG NGÀNH

VẬN TẢI

ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRUNG TÂM THÔNG TIN THƯ VIỆN

V-ĐD/16963

KTV79

NHÀ XUẤT BẢN THỐNG KÊ - 1999

MỤC LỤC

Lời mở đầu	3
Chương I: Khái niệm chung về Marketing và Marketing trong ngành vận tải	5
I: Khái niệm chung về Marketing	5
II: Marketing vận tải	15
Chương II: Thị trường và nhu cầu của thị trường ngành vận tải	23
I: Khái niệm về thị trường	23
II: Chức năng của thị trường	25
III: Phân loại thị trường	26
IV: Đặc điểm của thị trường vận tải	29
V: Nhu cầu vận tải trên thị trường	33
VI: Các nguyên tắc và phương pháp nghiên cứu nhu cầu vận tải	35
Chương III: Quản trị Marketing vận tải	45
I: Khái niệm chung về quản trị Marketing	45

II: Quản trị Marketing vận tải	59
Chương IV: Hệ thống thông tin Marketing	65
I: Khái niệm về hệ thống thông tin Marketing	65
II: Sơ đồ nghiên cứu Marketing	72
Chương V: Hành vi và quá trình mua hàng của người tiêu dùng	80
I: Mô hình hành vi người mua hàng	81
II: Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi người mua hàng	83
III: Quá trình thông qua quyết định mua hàng	89
Chương VI: Thị trường các doanh nghiệp và hành vi mua hàng của các doanh nghiệp	93
I: Thị trường tư liệu sản xuất	93
II: Thị trường người buôn bán trung gian và thị trường các cơ quan nhà nước	100
Chương VII: Sản phẩm và thiết kế sản phẩm mới	102
I: Tầm quan trọng của nghiên cứu sản phẩm và các giai đoạn trong chu kỳ sống của sản phẩm hàng hóa	10

II: Thiết kế sản phẩm mới	111
III: Các giai đoạn của quá trình thiết kế sản phẩm mới	115
Chương VIII: Môi trường Marketing và môi trường sản xuất kinh doanh của ngành vận tải	122
I: Môi trường vi mô	123
II: Môi trường vĩ mô	130
III: Môi trường sản xuất kinh doanh của ngành vận tải	139
Chương IX: Cơ sở lý luận của việc áp dụng Marketing vào ngành vận tải Việt Nam	146
I: Những đặc điểm của công tác nghiên cứu và ứng dụng Marketing trong ngành vận tải	146
II: Quy trình nghiên cứu Marketing cho ngành vận tải Việt Nam	147
III: Các nguyên tắc lựa chọn biện pháp Marketing ứng dụng trong ngành vận tải	149
Chương X: Sự cạnh tranh giữa các loại phương tiện vận tải và công tác tiếp thị trong ngành vận tải	155