

658.8
KOT
1994

Philip Kotler
MARKETING CĂN BẢN

**Những
Nguyên lý
Tiếp thị
(PRINCIPLES
OF MARKETING)**



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

V-DO/15910

KTV 238

NHÀ XUẤT BẢN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
1994

MỤC LỤC - Tập I

LỜI NİLÀ XUẤT BẢN V

TỰA VII

LỜI NÓI ĐẦU (của soạn giả) IX

một

TÌM HIỂU TIẾP THỊ

1

Những nền tảng xã hội của tiếp thị: Thỏa mãn nhu cầu của con người

TIẾP THỊ LÀ GÌ? 20

Nhu cầu 21 Ước muốn 21 Cần dùng 22
Sản phẩm 22 Trao đổi 24

Giao dịch 26 Thị trường 28 Tiếp thị 29

QUẢN TRỊ TIẾP THỊ 30

CÁC LUẬN THUYẾT QUẢN TRỊ TIẾP THỊ 33

Quan điểm trọng sản xuất 33 Quan điểm
trọng sản phẩm 34

Quan điểm trọng việc bán 35 Quan điểm
trọng tiếp thị 36

Quan điểm tiếp thị vị xã hội 37

CÁC MỤC TIÊU CỦA HỆ THỐNG TIẾP THỊ 40

Tối đa hóa tiêu thụ 43 Tối đa hóa sự thỏa
mãn của người tiêu thụ 43

Tối đa hóa sự chọn lựa 44 Tối đa hóa
chất lượng cuộc sống 44

SỰ CHẤP NHẬN NHANH CHÓNG TIẾP THỊ 45

Trong khu vực kinh doanh 45

Trong khu vực quốc tế 46

Trong khu vực phi lợi nhuận 46

KẾ HOẠCH CỦA QUYẾN SÁCH 48

TÓM LƯỢC 50

CÂU HỎI THẢO LUẬN 51

2

Tiến trình quản trị tiếp thị

TỔ CHỨC NỖ LỰC HOẠCH ĐỊNH TIẾP THỊ 57

PHÂN TÍCH CÁC CƠ MAY THỊ

TRƯỜNG 59

Định dạng cơ may thị trường 60

Dánh giá cơ may thị trường 62

TUYỂN CHỌN CÁC THỊ TRƯỜNG
TRONG ĐIỂM 65

Do lường và tiền liệu nhu cầu 66

Phân khúc thị trường 67

Việc chọn lựa thị trường 68

Định vị thị trường 69

TRIỂN KHAI PHỐI THỨC TIẾP THỊ 72

QUẢN TRỊ NỖ LỰC TIẾP THỊ 74

Chiến lược tiếp thị cạnh tranh 74

Thực hiện các chương trình tiếp thị 76

Việc tổ chức ban bộ tiếp thị 78

Việc kiểm tra tiếp thị 79

NHÌN TỚI TRƯỚC 80

TÓM LƯỢC 82

CÂU HỎI THẢO LUẬN 84

hai

VIỆC TỔ CHỨC TIẾN
TRÌNH HOẠCH ĐỊNH
TIẾP THỊ

3

Hoạch định chiến lược và hoạch
định tiếp thị

KHẢO QUA VIỆC LẬP KẾ HOẠCH 89

Lợi ích của việc lập kế hoạch 89

Việc hoạch định chính quy tiến hóa ra sao
ở các tổ chức 90

VIỆC HOẠCH ĐỊNH CHIẾN LƯỢC 92

Xác định ý định kinh doanh của công ty 93

Lập ra các mục tiêu và chỉ tiêu của công
ty 95

Phác thảo hồ sơ kinh doanh 96

Hoạch định các chiến lược hoạt động 107

HOẠCH ĐỊNH TIẾP THỊ 111

Các thành phần của một kế hoạch tiếp thị 111

Triển khai ngân sách tiếp thị 116

Một số kết luận về hoạch định tiếp thị 120

TÓM LƯỢC 121

CÂU HỎI THẢO LUẬN 122

4

Điều nghiên tiếp thị và các hệ thống thông tin

HỆ THỐNG THÔNG TIN TIẾP THỊ 128

NẮM ĐƯỢC CÁC NHU CẦU VỀ THÔNG TIN 128

KHAI THÁC THÔNG TIN 130

Các ghi chép nội bộ 130 Tình báo tiếp thị 132

Điều nghiên tiếp thị 136 Tiến trình điều nghiên tiếp thị 139

Phân tích thông tin 160

PHÂN PHỐI THÔNG TIN 162

TÓM LƯỢC 164

CÂU HỎI THẢO LUẬN 165

ĐỀ TÀI THỰC TẾ 1 CÔNG TY SONY: WALKMAN WATCHMAN 166

ĐỀ TÀI THỰC TẾ 2 CÔNG TY YẾN MẠCH QUAKER: GATORADE 168

ba

PHÂN TÍCH CÁC CƠ MAY THỊ TRƯỜNG

5

Môi trường tiếp thị

MÔI TRƯỜNG VI MÔ CỦA CÔNG TY 177

Công ty 178 Các nhà cung cấp 179 Các trung gian tiếp thị 180

Khách hàng 182 Các đối thủ cạnh tranh 183 Các giới công chúng 185

MÔI TRƯỜNG VĨ MÔ CỦA CÔNG TY 186

Môi trường dân số học 187 Môi trường kinh tế 196

Môi trường thiên nhiên 199 Môi trường kỹ thuật học 202

Môi trường chính trị 208 Môi trường văn hóa 215

TÓM LƯỢC 219

CÂU HỎI THẢO LUẬN 220

6

Thị trường tiêu thụ: những ảnh hưởng đến hành vi người tiêu thụ

MẪU THỨC HÀNH VI CỦA NGƯỜI TIÊU THỤ 225

NIỮNG YẾU TỐ CHÍNH ẢNH HƯỞNG ĐẾN HÀNH VI CỦA NGƯỜI TIÊU THỤ 226

Các yếu tố văn hóa 227 Các yếu tố xã hội 233

Các yếu tố bản thân 239 Các yếu tố tâm lý 245

TÓM LƯỢC 253

CÂU HỎI THẢO LUẬN 254

7

Thị trường tiêu thụ: tiến trình quyết định của người mua

ĐỊNH DẠNG NGƯỜI MUA VÀ TIẾN TRÌNH QUYẾT ĐỊNH MUA 259

Các vai trò trong việc mua 259

Các dạng hành vi quyết định mua 260

CÁC GIAI ĐOẠN TRONG TIẾN TRÌNH QUYẾT ĐỊNH CỦA NGƯỜI MUA 261

Nhận thức vấn đề 262 Tìm kiếm thông tin 263

Đánh giá các lựa chọn 265 Quyết định mua 269

Hành vi sau khi mua 271

CÁC TIẾN TRÌNH QUYẾT ĐỊNH CỦA NGƯỜI MUA ĐỐI VỚI NHỮNG SẢN PHẨM MỚI 275

Các giai đoạn trong tiến trình chọn dùng 276

Những khác biệt của từng người trong chuyện cách tằn 276

Vai trò của ảnh hưởng cá nhân 278

Ảnh hưởng của các đặc tính sản phẩm lên tốc độ chọn dùng 279

TÓM LƯỢC 280

CÂU HỎI THẢO LUẬN 280