

<<现代市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<现代市场营销学>>

13位ISBN编号：9787040194081

10位ISBN编号：7040194082

出版时间：2006-7

出版时间：高等教育出版社

作者：王瑜

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<现代市场营销学>>

书籍目录

第1章 现代市场营销学概论第2章 企业营销观念第3章 市场分析第4章 企业营销环境第5章 营销调研与预测第6章 市场营销战略第7章 目标市场战略第8章 产品策略第9章 品牌与包装策略第10章 价格策略第11章 分销渠道策略第12章 营销沟通策略第13章 市场营销组织与控制第14章 全球营销战略第15章 市场营销理论的新发展参考文献

<<现代市场营销学>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>