

<<市场营销教学案例>>

图书基本信息

书名：<<市场营销教学案例>>

13位ISBN编号：9787040273618

10位ISBN编号：7040273616

出版时间：2009-9

出版时间：高等教育出版社

作者：万后芬 等

页数：384

字数：460000

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>

<<市场营销教学案例>>

内容概要

《国家级精品课程使用教材·高等学校市场营销专业主干课程系列教材：市场营销教学案例（第2版）》是与国家级精品课程使用教材《市场营销教程》配套的案例教材。

《国家级精品课程使用教材·高等学校市场营销专业主干课程系列教材：市场营销教学案例（第2版）》按照市场营销学的理论体系、以市场营销学的最新理论框架（价值营销）为主线进行编著，系统反映了市场营销领域的最新研究成果和发展趋势，突出了价值营销、关系管理和全面营销等新理念在企业实践中的应用。

《国家级精品课程使用教材·高等学校市场营销专业主干课程系列教材：市场营销教学案例（第2版）》收集的案例大多以近几年来中国市场呈现的营销活动为素材，富有时代特征和中国特色，具有易读性。

《国家级精品课程使用教材·高等学校市场营销专业主干课程系列教材：市场营销教学案例（第2版）》的问世，将有助于增强市场营销学习的趣味性，简化读者的学习过程，减少学习难度。

《国家级精品课程使用教材·高等学校市场营销专业主干课程系列教材：市场营销教学案例（第2版）》既可以作为市场营销课程教学的辅助教材，适宜大专院校管理类及经济类教师和学生使用，也可以作为理论研究者从事市场营销理论研究的参考书，还可供企业等各类市场主体参考借鉴。

<<市场营销教学案例>>

书籍目录

- 第一章 绪论
 - 第二章 市场营销哲学
 - 第三章 市场营销的理论基础
 - 第四章 市场需求与市场类型
 - 第五章 购买者的行为分析
 - 第六章 市场营销环境概述
 - 第七章 市场调研
 - 第八章 市场研究的数据分析方法
 - 第九章 市场定位决策
 - 第十章 产品发展决策
 - 第十一章 产品价格决策
 - 第十二章 产品分销策略
 - 第十三章 营销沟通决策
 - 第十四章 营销计划及组织
 - 第十五章 市场营销控制
- 后记

<<市场营销教学案例>>

编辑推荐

其他版本请见：《国家级精品课程使用教材·高等学校市场营销专业主干课程体系教材：市场营销教学案例（第2版）》

<<市场营销教学案例>>

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>