

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787111065678

10位ISBN编号：7111065670

出版时间：1998-12-01

出版时间：机械工业出版社

作者：小吉尔伯特A.丘吉尔 J.保罗.彼得

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>

<<市场营销学>>

内容概要

本书主要内容可以分成七个部分，包括：制定市场营销计划和战略、了解顾客和市场、市场营销、产品开发与销售服务之间的关系、定价原理与战略、有形商品及服务分销促销、营销效果评估。

本书作者综合外界研究成果和自己的切身体会，以如何为顾客创造最大价值为重点，详细地讨论了市场营销环境分析、全球营销竞争、市场营销计划和组织战略、顾客行为、团体购买行为、销售渠道管理、广告、促销、个人销售管理及数字在市场营销中

书籍目录

PARTER 1

DEVELOPING MARKETING PLANS AND STRATEGIESChapter 1

MARKETING: CREATING VALUE FOR CUSTOMERSChapter 2

environmentalanalysisChapter 3

GLOBAL MARKETING CHALLENGESChapter 4

MARKETING P

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>