

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787111320951

10位ISBN编号：7111320956

出版时间：2011-1

出版时间：机械工业出版社

作者：马进军 编

页数：310

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

本书秉持前沿性、系统性与应用性的原则加以编写，同时着力强调本土化的特色。

特别是站在传统文化的视角对营销理论进行深刻的解读，以从文化传统中找寻理论应用的土壤。

本书共14章，主要内容包括：导论，中MS土化营销的核心问题，市场营销调研的基本理论与方法，市场营销环境，购买行为，营销战略开发，目标营销战略，产品策略，品牌策略，价格策略，渠道策略，整合营销沟通策略，营销策划、实施与控制，市场营销新理论。

本书主要作为高等院校经济管理类及相关专业学生教材，也可作为企业相关人员的培训教材及自学参考书。

<<市场营销学>>

书籍目录

前言第一章 导论 学习目标 导入案例 第一节 市场营销学的产生与发展 第二节 市场营销观念的演变 第三节 市场营销管理及其过程 第四节 市场营销学与相关学科的关系 关键词 思考题 案例分析讨论第二章 中国本土化营销的核心问题 学习目标 导入案例 第一节 营销本土化概述 第二节 中国营销中的关系问题 第三节 中国营销中的信任问题 关键词 思考题 案例分析讨论第三章 市场营销调研的基本理论与方法 学习目标 导入案例 第一节 营销调研的定义和种类 第二节 市场营销信息系统 第三节 市场营销调研过程 第四节 现成资料和原始资料的调查 关键词 思考题.....

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>