

<<产业营销(第三版)>>

图书基本信息

书名：<<产业营销(第三版)>>

13位ISBN编号：9787300030289

10位ISBN编号：7300030289

出版时间：1999-09-01

出版时间：中国人民大学出版社

作者：爱德华.G.布莱蒂

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>

<<产业营销(第三版)>>

内容概要

本书考察了新出现的营销概念，它们是市场环境变化的非常重要的结果。
这些概念有：人工智能和专家系统；并行工程和平台队伍；成本导向、客户导向等等

<<产业营销(第三版)>>

书籍目录

目录

第一部分 产业营销的含义

第1章 产业市场的全球及国内展望

第2章 产业营销的性质

第3章 产业市场探析

第二部分 产业购买与购买者行为

第4章 产业市场的购买过程

第5章 产业购买者行为的人际激励

第三部分 产业市场战略方案

第6章 营销情报系统与市场调研

第7章 需求分析与销售预测

第8章 市场细分、目标市场与定位

第9章 市场规划战略

第四部分 产品与服务战略

第10章 产品及其生命周期

第11章 战略创新与新产品开发

第12章 产业服务营销

第五部分 渠道战略

第13章 营销渠道管理

第14章 实体分销与客户服务

第六部分 沟通战略

第15章 推销队伍的规划与开发

第16章 推销队伍的组织与控制

第17章 广告 促销与公共关系

第七部分 定价策略

第18章 价格决策：成本、竞争与客户

第19章 定价决策分析

第八部分 竞争、控制与扩张

第20章 竞争战略

第21章 战略控制

第22章 国际产业营销

第九部分 案例

(略)

词汇表

名称索引

名词索引

<<产业营销(第三版)>>

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>