

<<营销学导论>>

图书基本信息

书名：<<营销学导论>>

13位ISBN编号：9787301086650

10位ISBN编号：7301086652

出版时间：2005-3

出版时间：北京大学出版社

作者：罗莎琳德·马斯特森

页数：444

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>

<<营销学导论>>

内容概要

本书提供了理解营销模型的基础信息，内容包括营销学的概念、发展和现状、营销环境，市场细分，消费者行为，营销调研，营销工具以及营销管理。

本书采用以学生为主体的教学方法，对营销概念的介绍清楚易懂，同时鼓励读者在学习本书的过程中努力应用所学概念。

大量的案例和实际应用活动将营销变成一个诱人的话题。

本教材适合市场营销类专业本科生使用。

<<营销学导论>>

作者简介

罗莎琳德·马斯特森是得蒙福德大学莱斯特商学院营销系教师，主要研究领域有营销沟通、国际营销以及电子营销。

戴维·皮克顿是得蒙福德大学莱斯特商学院营销系主任，他营销沟通领域主要的创始人。

书籍目录

Preface Acknowledgements guided tour technology to enhance teaching and learning PART 1: THIS IS MARKETING 1. the development of marketing challenges key concepts chapter overview introduction definitions of marketing what marketing is not before marketing modern marketing the marketing function demand and supply exchanges marketing's changing emphasis the rise of consumerism the focus themes summary challenges reviewed reading around self-review questions mini case study: relaunching liverpool references 2. marketing today challenges key concepts chapter overview introduction mixed terminology and mixed claims markets market dynamics marketing strategies objectives strategic orientations focusing on customers summary challenges reviewed reading around self-review questions mini case study: virgin loyalty references PART 2: MARKETING ANALYSIS 3. the marketing environment 4. market segmentation 5. buyer behaviour 6. marketing research PART 3: MARKETING TOOLS 7. product 8. promotion 9. place 10. price 11. the marketing mix PART 4: THE MARKETERS 12. marketing management what do marketers do? postscript: careers in marketing Glossary index

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>