

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787302170495

10位ISBN编号：7302170495

出版时间：2008-4

出版时间：清华大学出版社

作者：陆娟，乔娟 著

页数：314

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

本书以作者多年来的营销教学与科研成果为基础，结合营销理论与实践发展的最新动态编写而成。

全书按照理解市场营销、分析营销环境、市场分析与定位、拟定营销组合决策的逻辑顺序，系统介绍了市场营销的基本理论、策略与方法。

“内容系统、突出前沿”的编书原则，“符合认知学规律、透彻型精练”的内容编排。

每章“学习目标”、“本章小结”、“问题与思考”、“本章课外阅读材料”栏目的设置，能使学生在有限的时间内轻松学习内容无限的营销知识；各章精心编排的“案例分析”能让学生的知识学以致用。

<<市场营销学>>

书籍目录

第1篇 理解市场营销第1章 导论1.1 市场营销及其核心概念1.2 市场营销观念及其发展1.3 面向未来的市场营销1.4 市场营销的道德与社会责任本章小结问题与思考案例分析本章课外阅读材料第2章 战略计划与营销计划2.1 战略计划的步骤和内容2.2 营销过程2.3 营销计划本章小结问题与思考案例分析本章课外阅读材料第3章 市场营销竞争战略3.1 顾客价值与顾客满意3.2 竞争者分析3.3 基本竞争战略3.4 顾客导向与竞争者导向本章小结问题与思考案例分析

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>