

<<市场营销基础>>

图书基本信息

书名：<<市场营销基础>>

13位ISBN编号：9787500583103

10位ISBN编号：7500583109

出版时间：2005-7

出版时间：中国财政经济出版社

作者：韩德昌

页数：333

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>

<<市场营销基础>>

内容概要

《普通高等教育“十五”国家级规划教材·教育部高职高专规划教材：市场营销基础（第2版）》是按照《基本要求》和《培养规格》的要求，充分汲取高职、高专和成人高等学校在探索培养技术应用性专门人才方面取得的成功经验和教学成果编写而成的，适合高等职业学校、高等专科学校、成人高校及本科院校举办的二级职业技术学院和民办高校使用。

<<市场营销基础>>

书籍目录

第一章 市场营销及市场营销观念第一节 市场营销第二节 市场营销观念第三节 市场营销的地位和作用
第二章 营销环境分析第一节 宏观环境第二节 行业环境第三节 企业内部环境第四节 营销环境分析方法
第三章 消费者经济行为及客户关系管理第一节 消费者行为模式第二节 影响消费者行为的因素第三节
消费者购买心理第四节 客户关系管理第四章 目标市场营销战略第一节 市场细分第二节 目标市场选择
第三节 市场定位第五章 产品策略第一节 产品与产品组合决策第二节 产品生命周期策略第三节 新产品
开发策略第四节 品牌与包装策略第五节 产品质量决策第六章 价格策略第一节 定价目标第二节 定价方
法第三节 定价策略第七章 促销策略第一节 促销与促销组合第二节 广告第三节 人员推销第四节 营业推
广第五节 公共关系第六节 直接营销与电子商务第八章 分销渠道策略第一节 分销渠道与中间商第二节
零售商第三节 分销渠道策略第四节 分销渠道的发展第九章 营销人员第一节 营销人员的能力与培养第
二节 营销人员的素质第三节 营销人员的职业道德修养第十章 国际市场营销战略第一节 国际市场营销
战略第二节 国际市场的进入战略第三节 国际市场的产品战略第四节 国际市场营销的定价战略第五节
国际市场的促销战略第六节 国际市场的分销渠道战略第十一章 市场营销组织与管理第一节 市场营
销组织第二节 市场后勤管理第三节 市场营销控制第四节 市场营销审计第十二章 市场营销发展的新趋势
参考文献

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>