

<<市场营销>>

图书基本信息

书名：<<市场营销>>

13位ISBN编号：9787504528117

10位ISBN编号：7504528110

出版时间：1999-12

出版时间：中国劳动社会保障出版社

作者：劳动和社会保障部教材办公室 编

页数：213

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>>

内容概要

市场营销是研究企业怎样根据顾客需求组织产品生产，并如何把产品转移到顾客手中，以满足顾客的需求，从而提高企业的竞争力和经济效益。

《创业培训教材：市场营销》共分九章，内容包括市场营销概述、市场营销环境、购买行为分析、市场细分与目标市场选择、现代市场营销战略、产品策略、价格策略、促销策略和分销渠道策略等。

《创业培训教材：市场营销》在阐述西方营销理论的同时，结合当前国内企业和市场的现状，每章附有国内、内外著名企业的营销实例，并运用理论加以剖析。

内容和形式深入浅出、简明易懂、适用性强。

《创业培训教材：市场营销》可作为各种创业人员、企业领导和营销人员岗位培训的教材。

<<市场营销>>

书籍目录

第一章 市场营销概述(1)第一节 市场与市场营销第二节 市场营销观念第三节 市场分类与市场竞争类型第四节 市场营销过程案例分析思考题第二章 市场营销环境(22)第一节 市场营销环境概述第二节 企业外部环境分析第三节 企业内部环境分析案例分析思考题第三章 购买行为分析(42)第一节 消费者购买行为模式第二节 影响消费者购买行为的因素第三节 消费者购买决策程序第四节 工业品市场购买行为案例分析思考题第四章 市场细分与目标市场选择(68)第一节 市场细分概述第二节 市场细分依据第三节 选择目标市场策略第四节 市场定位案例分析思考题第五章 现代市场营销战略(91)第一节 市场营销战略的意义和特点第二节 企业营销任务和目标分析第三节 市场竞争战略第四节 市场发展战略第五节 市场营销组合战略案例分析思考题.....第六章 产品策略(123)第七章 价格策略(148)第八章 促销决策(170)第九章 分销渠道决策(197)

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>