

<<市场营销通略>>

图书基本信息

书名：<<市场营销通略>>

13位ISBN编号：9787504933195

10位ISBN编号：7504933198

出版时间：2004-3

出版时间：中国金融出版社

作者：戴贤远

页数：375

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>

<<市场营销通略>>

内容概要

《市场营销通略：营销技术高级分析》分为三篇。
上篇是市场分析，讨论市场营销环境和消费者行为；中篇是营销策略，包括市场细分、产品策略、定价策略、分销策略、促销策略和国际市场营销策略；下篇是市场营销研究。
书中核心内容的每一章都是分两部分来论述的，第一个部分是市场营销基础分析，第二个部分是市场营销高级分析。

作者简介

戴贤远：北京师范大学经济学院商务研究中心教授。

主要著作作为《市场分析与营销策略》（中国审计出版社，1995）。

主编有教材《经济管理专业英语（第二版）》（北京大学出版社，2000）、《基础经济管理专业英语》（北京大学出版社，2000）。

译著有国际著名品牌专家林恩·阿普绍的专著《塑造品牌特征》（清华大学出版社，1999），美国著名营销学教授菲利普·科特勒的教科书《市场营销原理》（清华大学出版社，1999）的第4章至第13章。

近几年有影响的代表性论文是《中国经济软着陆与亚洲金融危机的比较研究》、《国际合资企业在中国的再兴起与发展研究》、《论个人财富运动方向》、《品牌标志内涵分析》和《弘扬民族品牌文化底蕴的移情手法》。

书籍目录

上篇 市场分析第一章 市场营销概论1.1 市场营销的概念1.2 消费者需要与市场营销的联系1.3 企业经营目标与市场营销的联系第二章 市场营销环境分析2.1 市场营销环境基础分析2.2 市场营销环境高级分析第三章 消费者购买行为分析3.1 消费者行为基础分析3.2 消费者行为高级分析中篇 营销策略第四章 市场细分策略第五章 产品策略第六章 定价策略第七章 分销渠道策略第八章 促销策略第九章 国际市场营销策略下篇 市场营销研究第十章 市场营销研究的目标与项目设计第十一章 市场营销研究的数据与数据分析第十二章 市场营销研究报告

<<市场营销通略>>

编辑推荐

《市场营销通略：营销技术高级分析》各章中的高级分析部分参与了国际营销学界的研讨，阐述了许多与中国市场营销领域相关的深层问题。

这些问题实用，有可操作性。

《市场营销通略：营销技术高级分析》读过之后人们会发现，书中每一个命题下的内容，都令人思路大展。

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>