

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787542915702

10位ISBN编号：7542915703

出版时间：2006-1

出版时间：立信会计出版社

作者：李仇辉

页数：500

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

随着我国社会主义市场经济体制的建立和不断完善、经济的不断繁荣和买方市场的全面形成，以及中国加入世界贸易组织后进口关税的下调而导致的进口商品大量涌入，中国企业面临着前所未有的市场竞争，市场营销在企业中的作用日益突出，企业对市场营销人员的期望也越来越高。

不妨用Cisco公司的一句口号向高等院校的学生，或一名有志于市场营销领域的人士提问：Are You Ready（你准备好了吗）？

正是出于满足社会对市场营销人员巨大的需求这一目的，为适应高等院校教学的需要，我们请李讥辉副教授、项巨力高级经济师编著了这本《市场营销学》。

## <<市场营销学>>

### 书籍目录

第一篇 市场营销基础第一章 市场营销概述第一节 市场和市场营销的概念第二节 市场营销学的性质、对象和任务第三节 市场营销在企业中的地位和作用思考题案例 芭蕾珍珠膏的得失与市场营销学第二章 市场营销观念的演变第一节 传统市场营销观念第二节 现代市场营销观念思考题案例1 海尔集团的营销观念一案例2 运动鞋与市场营销观念第三章 市场营销环境第一节 市场营销环境概述第二节 宏观环境分析第三节 微观环境分析思考题案例 怎样寻找市场机会第二篇 市场营销过程管理第四章 市场营销调研第一节 市场营销调研的概念与作用第二节 市场营销调研的类型及内容第三节 市场营销调研的步骤第四节 市场营销调研的方法思考题案例 贵州农民商品需要的变化第五章 市场预测第一节 市场预测的概念和类型第二节 市场预测的内容第三节 市场预测的步骤和方法思考题案例 前程公司的市场需求预测第六章 市场分析.....

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>