

<<市场营销原理与实训>>

图书基本信息

书名：<<市场营销原理与实训>>

13位ISBN编号：9787561826638

10位ISBN编号：756182663X

出版时间：2008-4

出版时间：天津大学出版社

作者：宋建萍

页数：403

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>

<<市场营销原理与实训>>

内容概要

本书是为了满足高职高专院校经济管理类专业教学的需要而编写的。

本书共分12章。

第1章市场营销总述；第2章市场营销环境；第3章顾客购买行为分析；第4章市场营销调研；第5章目标市场营销策略；第6章市场营销战略；第7、8、9、10章是市场营销组合4PS内容；第11章是客户关系管理策略；第12章市场营销管理。

本书可作为高职高专院校财经类、工商管理类专业市场营销课程的教学用书，还可以作为继续教育学院市场营销专业类用书，也是从事市场营销工作的人员学习市场营销基础知识及操作技巧的入门书和不可多得的参考书。

<<市场营销原理与实训>>

书籍目录

1 市场营销总述1.1 市场与市场营销的含义1.2 市场营销观念的演变1.3 市场营销理论的新发展本章小结主要概念基本训练和能力实训2 市场营销环境2.1 市场营销环境概述2.2 宏观市场营销环境2.3 微观市场营销环境本章小结主要概念基本训练和能力实训3 购买者行为分析3.1 消费者市场购买行为分析3.2 组织市场购买行为分析.....4 市场营销调研与预测基本实训和能力实训5 目标市场营销策略6 市场营销战略7 产品策略8 定价策略9 促销策略10 营销渠道策略11 客户关系管理策略12 市场营销管理参考文献

<<市场营销原理与实训>>

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>