

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787562306474

10位ISBN编号：7562306478

出版时间：2005-7

出版时间：华南理工大学出版社

作者：温燕萍 编

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

《市场营销学》从现代市场营销的理论与实践出发，对营销管理、营销环境和市场购买行为等基本原理进行系统分析，深入阐述产品策略、定价策略、分销渠道和促进销售策略。

《市场营销学》从现代市场营销的理论与实践出发，对营销管理、营销环境和市场购买行为等基本原理解进行系统分析，深入阐述产品策略、定价策略、分销渠道和促进销售策略。

<<市场营销学>>

书籍目录

第一章 导论第一节 市场营销学的产生与发展第二节 市场营销学的研究对象、内容和方法第二章 市场营销学管理第三章 市场分析第四章 目标市场营销第五章 产品策略第六章 价格策略第七章 分渠道策略第八章 促销策略第九章 市场营销战略第十章 国际市场营销参考文献

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>