

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787750582970

10位ISBN编号：7750582975

出版时间：2004-8-1

出版时间：经济科学出版社

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>>

书籍目录

第一章 市场营销学概述

第一节 市场营销理论的产生与发展

第二节 市场营销理论中的基本概念

第三节 企业经营观念

第四节 市场营销管理

复习思考题

第二章 市场营销环境

第一节 市场营销微观环境分析

第二节 市场营销宏观环境分析

复习思考题

第三章 顾客行为分析

第一节 消费者市场行为分析

第二节 组织市场行为分析

复习思考题

第四章 竞争者行为分析

第一节 行业竞争分析

第二节 竞争者分析

第三节 竞争战略

复习思考题

第五章 市场营销信息系统

第一节 市场营销信息系统的构成

第二节 市场调研

第三节 市场调研的方法和技术

复习思考题

第六章 市场营销战略规划

第一节 企业战略规划

第二节 业务战略规划

第三节 市场营销规划

复习思考题

第七章 目标市场营销

第一节 市场细分

第二节 目标市场选择

第三节 市场定位

复习思考题

第八章 新产品开发与产品生命周期

第一节 新产品开发

第二节 产品生命周期

复习思考题

第九章 产品决策

第十章 价格决策

第十一章 分销决策

第十二章 促销决策

第十三章 市场营销新发展

第十四章 国际市场营销

主要参考书目

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>