

<<营销学原理>>

图书基本信息

书名：<<营销学原理>>

13位ISBN编号：9787800046865

10位ISBN编号：7800046869

出版时间：2004-6

出版时间：中国对外经济贸易出版社

作者：刘子安

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>

<<营销学原理>>

内容概要

本书的体系主要参考了80年代来曾经来我校访问的美国当代著名营销学专家菲利普·老特勒教授的各种版本的营销学著作。

菲利普·考特勒的教科书是目前对我国营销学理论影响最大的营销著作。

<<营销学原理>>

书籍目录

- 第一章 营销学概论
 - 第一节 营销学研究的对象和内容
 - 第二节 营销哲学的变革
 - 第三节 学习营销学的方法
- 第二章 市场营销环境
 - 第一节 企业与营销环境的关系
 - 第二节 宏观环境
- 第三章 购买者行为
 - 第一节 消费者行为
 - 第二节 集团购买行为
- 第四章 市场细分与目标营销
 - 第一节 市场细分
 - 第二节 目标营销
 - 第三

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>