

<<现代市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<现代市场营销学>>

13位ISBN编号：9787801008282

10位ISBN编号：7801008286

出版时间：2002-4-1

出版时间：中华工商联合出版社

作者：孙玉娟,杨洁

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>

<<现代市场营销学>>

内容概要

本书系统地阐述了现代市场营销学的基本理论与方法,并将定量分析与定性分析相结合,力求吸纳市场营销学领域的最新研究成果和企业成功的营销实例,反映国内外市场营销学发展的新动态和新趋势。

全书结构清楚,重点突出。

本书适用于高等院校经济管理专业本科生和研究生作教材使用,也适用于企业从事市场营销工作的高级管理者及营销人员阅读和使用。

<<现代市场营销学>>

书籍目录

- 第一章 市场营销学概述
- 第二章 市场营销环境
- 第三章 市场分析
- 第四章 市场研究
- 第五章 市场调查
- 第六章 市场预测
- 第七章 市场细分策略
- 第八章 目标市场选择策略
- 第九章 市场定位策略
- 第十章 市场竞争策略
- 第十一章 市场营销组合策略
- 第十二章 产品策略
- 第十三章 定价策略
- 第十四章 分销渠道策略
- 第十五章 广告策略
- 第十六章 人员推销策略
- 第十七章 营销推广及公共关系
- 第十八章 营销组织与管理
- 主要参考文献

<<现代市场营销学>>

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>