

<<市场分析>>

图书基本信息

书名：<<市场分析>>

13位ISBN编号：9787801278869

10位ISBN编号：7801278860

出版时间：2002-1

出版时间：经济日报出版社

作者：郭昀

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>

<<市场分析>>

内容概要

市场是买卖双方交易的平台，不同的角色就有不同的市场观。

买者眼里，市场提供商品，市场需要物品；卖者眼里，市场有购买商品消费者，市场需要人气。

本书就是从卖者角度，探讨市场分析的方法和程序。

本书着重阐述市场分析的程序性、市场分析的充足性、市场分析的示范性。

本书汇集了大量案例，希望读者能够先仿后创，也就是按照自己的情况，借鉴他人的范例，模仿式操作练习，不断积累知识和经验，从而，在提高技能、技巧

<<市场分析>>

书籍目录

导论 市场分析的目的和程序

引例 从无到有

.....

第一章 宏观环境分析

引例 杜邦公司的市场了望哨

.....

第二章 中观环境分析

引例 麦当劳对环境的选择

.....

第三章 目标对象界定

引例 重定目标，起死回生

.....

第四章 消费者购买行为分析

引例 海尔直盯消费者

.....

第五章 组织市场购买行为分析

引例 IBM的客户规划会议

.....

第六章 市场需求测量

引例

<<市场分析>>

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>