

<<战略营销>>

图书基本信息

<<战略营销>>

内容概要

《战略营销:教程与案例(第8版)》：战略营销是20世纪80年代以来市场营销学科中的一个重要研究领域。与传统的战术性营销相比，战略营销更注重营销活动的整体性和全局性以及长期效果，注重经营环境分析和竞争导向，强调营销组合要素的整合。近年来，国外许多大学的市场营销专业相继开设了战略营销课程，旨在培养学生分析营销战略的能力和加强营销战略意识。

<<战略营销>>

书籍目录

译者前言

前言

第1章 战略营销管理基础

第2章 营销管理的财务方面

第3章 营销决策与案例分析

第4章 机会分析和目标市场选择

第5章 营销调研

第6章 产品与服务策略和管理

第7章 整合营销沟通策略和管理

第8章 营销渠道策略和管理

第9章 定价策略和管理

第10章 营销战略的调整：控制过程

第11章 综合营销计划

<<战略营销>>

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>