

<<现代市场营销管理>>

图书基本信息

书名：<<现代市场营销管理>>

13位ISBN编号：9787810822633

10位ISBN编号：7810822632

出版时间：2004-1

出版时间：北方交通大学出版社

作者：杨爱花等

页数：252

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>

<<现代市场营销管理>>

内容概要

本书主要包括现代市场营销导论、市场营销环境分析、市场信息调研与预测、市场购买行为分析、市场细分与目标市场选择策略、竞争战略分析、产品策略、促销策略、电子商务与网络营销、市场营销管理和国际市场营销。

本书可作为大专院校尤其是高职高专院校经济类专业教材，也可作为广大财经、管理类工作者的参考书籍。

<<现代市场营销管理>>

书籍目录

第1章 导论 1.1 现代企业概述 1.2 现代市场营销管理的特点第2章 市场营销环境分析 2.1 宏观环境分析 2.2 微观环境分析 2.3 企业内部环境分析 2.4 市场营销环境评价 思考题第3章 市场信息调研与预测 3.1 市场信息 3.2 市场调查 3.3 市场预测 思考题第4章 市场购买行为分析 4.1 消费者市场购买行为分析 4.2 组织市场购买行为分析 思考题第5章 市场细分与目标市场选择 5.1 市场细分的基础与原则 5.2 目标市场选择 5.3 市场定位策略 思考题第6章 竞争战略分析 6.1 企业竞争要素分析 6.2 竞争者分析 6.3 基本竞争战略 思考题第7章 产品策略 7.1 产品概述 7.2 产品组合策略 7.3 产品的市场寿命周期 7.4 产品的商标、包装策略 7.5 新产品的开发与管理 思考题.....第8章 价格策略第9章 营销渠道策略第10章 促销策略第11章 电子商务与网络营销第12章 市场营销管理第13章 国际市场营销参考文献

<<现代市场营销管理>>

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>