

<<市场营销学教程>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学教程>>

13位ISBN编号：9787810844253

10位ISBN编号：7810844253

出版时间：2004-7

出版时间：东北财经大学出版社

作者：李强 编

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>

<<市场营销学教程>>

内容概要

本书被教育部确定为“质量高、有特色、，能够满足不同类型的高等学校本科教学实际需要”的优秀教材，并向高等学校推荐。

本次修改是作者在多年从事市场营销理论研究和实践的基础上，根据高等院校经济、管理类专业《市场营销学》教学大纲的要求，在囊括市场营销学基本理论的、基本知识、基本技能的前提下，尽可能提炼和简要，使之成为适应性强、应用更为广泛的市场营销学教科书。

<<市场营销学教程>>

书籍目录

第1编 市场营销原理

第一章 市场营销概述

第二章 市场与市场类型

第三章 市场调查与预测

第四章 消费者需求研究

第五章 市场营销环境

第六章 目标市场的选择

第2编 市场营销策略

第七章 产品策略

第八章 定价策略

第九章 渠道策略

第十章 促销策略

第3编 市场营销管理

第十一章 市场营销组合、计划与战略

第十二章 市场营销分析与评价

参考文献

<<市场营销学教程>>

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>