第一图书网, tushu007.com

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787030141101

10位ISBN编号：7030141105

出版时间：2004-8-1

出版时间：科学出版社

作者：季辉

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

内容概要

《市场营销(修订版)》阐述了市场营销学的一般原理和方法。
全书分为三个部分，第一部分为第1～5章，主要介绍了市场营销的基本概念、营销观念及消费者分析；第二部分为第6～10章，介绍了市场营销四个基本组合因素相关策略；第三部分为第11、12章，介绍了营销管理的基本过程及职能；同时说明了服务作为一种特殊无形产品在营销中的特殊性。
本教材结合高职高专教育的特点，全面反映市场营销理论的最新发展，对诸如事件营销、共生营销等新理论作了介绍。

《市场营销(修订版)》可作为高职高专经济管理类专业的教材，也可供经济管理干部和其他人员学习管理科学之用。

第一图书网, tushu007.com

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