

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787111071266

10位ISBN编号：7111071263

出版时间：2007-3

出版时间：机械工业

作者：亓名杰

页数：336

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>>

内容概要

市场营销学是20世纪初起源于美国的一门新型学科，它从工商企业的角度出发，研究市场营销活动的原理、方法、战略和策略。

随着我国社会主义市场经济体制的逐步完善，市场营销学得到了迅速发展，正在引起我国工商企业经营者、实业家和理论界的普遍关注。

《市场营销学（第2版）》论述了市场营销的原理，获取市场信息的方法和手段，市场营销的战略、决策、计划与组织，市场营销的策略与技巧。

《市场营销学（第2版）》在结构上分为市场营销学的基本理论、市场营销技术的实现方法和市场营销策略组合三大部分，具体内容包括市场营销学原理，市场调查与预测，市场营销信息系统，市场营销决策、计划与组织，市场营销战略，产品策略、价格策略，分销渠道策略，促销策略，国际市场营销，市场营销理论的创新等。

为了方便教学，每章后均附有思考题和案例分析。

《市场营销学（第2版）》适用于普通高等院校管理类非营销专业本、专科学生，也可供成人高校学生使用及企业家、工商企业市场营销人员参考。

<<市场营销学>>

书籍目录

第2版前言第1版前言第一章 市场营销学概述第二章 市场营销学原理第三章 市场调查与预测第四章 市场营销信息系统第五章 市场营销决策、计划与组织第六章 市场营销战略第七章 产品策略第八章 价格策略第九章 分销渠道策略第十章 促销策略第十一章 国际市场营销第十二章 市场营销理论的创新参考文献

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>