

<<营销调研策划>>

图书基本信息

书名：<<营销调研策划>>

13位ISBN编号：9787111137450

10位ISBN编号：7111137450

出版时间：2004-1

出版时间：机械工业出版社

作者：范云峰

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>

<<营销调研策划>>

内容概要

掌握信息是进入市场的先导，是生产、经营活动的前提，企业思想在激烈的竞争中使自己的产品独领风骚、站稳脚跟，就要从了解市场的需求动向入手，踏踏实实地做好营销调研策划工作。

营销调研策划是营销管理策划的起点和基础，是制定市场营销管理决策的重要依据。

倘若没有扎实的营销调研，写出的策划文案也只能是空中楼阁。

本书着重于营销调研策划在企业中的应用，结合当今市场营销的发展趋势，紧贴我国企业的实际情况，尽可能地把握住每一个调研和预测环节的基本理论和内核，精心选择和构思第一个案例，具有较强的实战性和操作性。

本书可作为市场营销调研人员及相关专业师生的学习参考资料。

<<营销调研策划>>

书籍目录

前言

第一章 总述

第一节 营销调研策划的使用阻碍

第二节 营销调研的概念及意义

第三节 营销调研策划的基本类型

第四节 营销调研策划的内容

第五节 营销调研

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>