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：9787208049994

10位ISBN编号：7208049998

出版时间：2003-12-1

出版时间：上海人民出版社

作者：王方华

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

本稿为“ 上海交通大学工商管理系列教材 ”之一。
本教材较为全面系统地介绍了市场营销学的基本学科体系、原理和方法，从营销概念、营销环境、市场调研、市场细分、市场定位、营销策略、营销管理和控制，基本上按照管理学关于计划、组织、领导和控制的线索展开，在吸纳国外已有成果的同时，结合本国的教学实践，在结构安排、内容选择、理论与实践相结合等方面都具有较为明显的中国特色，是一本很好的市场营销入门教材。

第一图书网, tushu007.com

<<市场营销学>>

书籍目录

总序
前言
第1章 市场与市场营销
第2章 市场营销观念
第3章 市场营销环境
第4章 市场的购买行为
第5章 市场营销调研
第6章 市场需求预测
第7章 目标市场营销
第8章 市场竞争策略
第9章 产品策略设计
第10章 价格策略设计
第11章 渠道策略设计
第12章 促销策略设计
……
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