

<<现代市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<现代市场营销学>>

13位ISBN编号：9787212032081

10位ISBN编号：7212032085

出版时间：2008-2

出版时间：安徽人民

作者：刘志迎 编

页数：247

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>

<<现代市场营销学>>

内容概要

《全国通用教材：现代市场营销学》主要内容包括营销学引论，营销环境，消费者市场，组织市场，竞争分析，营销战略，营销定位，产品策略，定价策略，分销策略，促销策略等。

<<现代市场营销学>>

书籍目录

第一章 营销学引论第二章 营销环境第三章 消费者市场第四章 组织市场第五章 竞争分析第六章 营销战略第七章 营销定位第八章 产品策略第九章 定价策略第十章 分销策略第十一章 促销策略第十二章 营销策划第十三章 营销管理第十四章 营销整合参考文献后记

<<现代市场营销学>>

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>