

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787302051404

10位ISBN编号：7302051402

出版时间：2002-2

出版时间：清华大学

作者：刘金花 编

页数：282

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

《高职高专经济管理系列教材：市场营销学》以营销理论为主线，共包括十三章内容。第一章至第六章主要讨论企业市场营销战略与管理问题，第七章至第十章讨论企业市场营销组合策略问题，第十一章至第十三章分别讨论了企业的市场营销组织与控制、服务市场营销和国际市场营销等问题。它构思新颖，内容精练，系统性和规范性较强，既可做高职高专财经和综合类院校相关专业的教材使用，也可供各类企事业单位财经干部和管理人员参考使用。

<<市场营销学>>

书籍目录

第一章 导论第二章 市场营销环境第三章 市场购买行为分析第四章 市场调查与预测第五章 市场营销战略计划第六章 市场营销管理过程第七章 产品策略第八章 价格策略第九章 渠道策略第十章 促销策略第十一章 市场营销组织与控制第十二章 服务市场营销第十三章 国际市场营销参考文献

<<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>