第一图书网, tushu007.com

<<营销学>>

图书基本信息

书名：<<营销学>>

13位ISBN编号：9787302100492

10位ISBN编号：7302100497

出版时间：2005-1-1

出版时间：清华大学出版社

作者：Roger A.Kerin,Steven W.Hartley,William Rudelius

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

营销学：核心概念 英文版，ISBN：9787302100492，作者：（美）Roger A.Kerin等著

书籍目录

第1部分 创造营销过程 第1章 通过市场营销开发客户关系和创造价值 第2章 连接市场营销和公司战略 附录A 开发有效的营销计划 第3章 审视市场环境第2部分 了解购买者和市场 第5章 消费者行为 第6章 组织市场和购买者行为 第7章 拓展全球市场第3部分 瞄准营销机会 第8章 把市场信息转化为营销行动 第9章 识别市场细分和目标市场第4部分 满足营销机会 第10章 开发新产品和服务 第11章 管理产品、服务和品牌 第12章 定价 第13章 管理营销渠道和供应链 第14章 零售和批发 第15章 整合营销沟通和直接营销 第16章 广告、促销和公共关系 第17章 人员销售和销售管理 第18章 实施交互的和多渠道的营销词汇表章节注释知识产权索引

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