

<<现代行销管理>>

图书基本信息

书名：<<现代行销管理>>

13位ISBN编号：9787506424721

10位ISBN编号：750642472X

出版时间：2003-2

出版时间：中国纺织出版社

作者：余朝权

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>

<<现代营销管理>>

内容概要

现代营销管理，ISBN：9787506424721，作者：余朝权编著

书籍目录

第一篇 行销的基本概念第一章 行销的本质第二章 行销管理程序第三章 行销策略第四章 竞争导向的行销第二篇 行销分析第五章 行销研究与行销情报系统第六章 行销环境第七章 顾客行为第八章 行销理论与展望第九章 市场细分与定位第三篇 行销组合第十章 产品策略第十一章 新产品开发第十二章 定价策略第十三章 行销渠道第十四章 实体分配管理第十五章 零售第十六章 批发第十七章 网络行销第十八章 积极的推广策略第四篇 推广组合第十九章 促销第二十章 广告第二十一章 公共报道第二十二章 推销与营业管理第五篇 特殊行销第二十三章 工业品行销与非营利行销第二十四章 服务行销第二十五章 国际行销的困境与突破第二十六章 行销文化分析第二十七章 行销组织与执行附录 行销人员的事业前程

编辑推荐

《现代行销管理》：行销无所在。
每一个企业，机构或个人，若想将它的产品、理念或服务提供给顾客，使他们能够获得满足，进而替企业、机构或个人带来利润、声望，就不得不采用行销的观念与执行行销工作。
在现代戏复杂而多变的环境中，企业欲求生存与发展，不能只重视生产力的提高，而应重视顾客需求的改变、市场环境的迁移，并据以调整行销目标、策略与行动方案。

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>