第一图书网, tushu007.com

<<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：9787509600979

10位ISBN编号：7509600979

出版时间：2008-1

出版时间：经济管理

作者：冯丽云

页数：374

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

《北京市高等教育精品教材：现代市场营销学（第3版）》每章后还增加了“本章小结”、“案例分析”、“主要概念”和“思考题”四个部分。
本次修订，我们主要更新了案例，以使教材更加鲜活。
我们渴望奉献给广大师生、读者的是一本经得起专家论证和实践检验的经济与管理专业的精品教材。
尽管《北京市高等教育精品教材：现代市场营销学（第3版）》专业性强，但表述通俗易懂，既可作为高等院校的教材，也可供企业市场营销人员在职培训或自学使用。

<<现代市场营销学>>

书籍目录

第一章 市场营销学概述第一节 市场营销学的研究对象和内容结构第二节 市场营销学的研究方法第三节 市场营销学的产生、发展与传播本章小结营销趋势分析主要概念思考题第二章 市场与市场营销第一节 市场的概念与构成第二节 市场的功能与类型第三节 企业与市场营销第四节 营销观念的演进与比较i第五节 顾客计渡价值与顾客满意本章小结案例分析主要概念思考题第三章 企业战略规划第一节 企业发展战略第二节 市场营销战略第三节 市场营销计划本章小结案例分析主要概念思考题第四章 市场营销信息系统与调查、预测第一节 市场营销信息与营销信息系统第二节 市场调查的范围与步骤第三节 市场调查的方法与技术第四节 市场预测本章小结案例分析主要概念思考题第五章 市场营销环境第一节 企业营销与营销环境第二节 企业营销的宏观环境第三节 企业营销的微观环境本章小结案例分析主要概念思考题第六章 消费者需要与购买行为第一节 消费者市场与消费者需要第二节 影响消费者购买行为的主要因素第三节 消费者的购买决策过程本章小结案例分析主要概念思考题第七章 生产者需求与购买行为第一节 生产者市场的特征第二节 生产者的购买组织与购买对象第三节 生产者的购买决策第四节 生产者市场中企业营销的基本对策……第八章 目标市场与市场营销组合第九章 产品策略第十章 价格策略第十一章 渠道策略第十二章 促进销售策略第十三章 市场营销组织与控制第十四章 国际市场营销第十五章 21世纪营销发展新趋势主要参考文献

第一图书网, tushu007.com

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