

<<市场营销学基础>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学基础>>

13位ISBN编号：9787514109214

10位ISBN编号：7514109218

出版时间：2011-12

出版时间：经济科学出版社

作者：（英）摩尔，（英）巴瑞克 著，师英杰，吴鹏昊 译

页数：241

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>

<<市场营销学基础>>

内容概要

《“打开经济学之门”原版注释基础读本》系列丛书是经济科学出版社适应新形势下高校双语教学需求的精心策划之作。

“打开经济学之门”原版注释基础读本》系列丛书被设计成开放式结构：我们将根据读者的反馈逐渐地出版更多的切合中国读者需求的好作品。

丛书知识性和趣味性并重，英文通俗易懂，适合大学本科低年级学生、高职高专学生阅读。

丛书的初衷是出版中文翻译版本，然而在漫长的试译、翻译、校译过程中，一方面是深感语言传达的艰难，另一方面是考虑到时至21世纪，中国读者的英文阅读水平早已经超越了出版者的预期，读者对译文标准性的挑剔也成为出版者的新高度，从而逐渐萌发了出版注释版的想法：为读者提供全英文的读本，只加上少量的中文注解。

通过与国外出版者艰难的谈判，最终成功地说服了外方，获得了在中国出版英文注释版的独家授权。

<<市场营销学基础>>

书籍目录

导论

什么是市场营销管理?

作为一种法人职能的市场营销

产品和分销

价格

促销

人员

市场细分、目标市场选择和定位

市场调研

全球营销

词汇表

<<市场营销学基础>>

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>