第一图书网, tushu007.com

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787561454862

10位ISBN编号：7561454864

出版时间：2012-6

出版时间：四川大学出版社

作者：张黎明 编

页数：308

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

《市场营销学》这本书共分为4篇13章，首先介绍了市场营销的基本概念；然后提供了市场分析与定位的方法，在此基础上对市场营销的战略与策略进行了详尽的分析；最后将市场营销的新发展向读者进行了简单的介绍。
书中的每一章都有一个引导案例，希望能够用这个与本章内容相关的经典案例引发读者的学习兴趣与思考；每章的最后还提供了一个案例，希望读者能够将本章所学理论运用到实际的案例分析中，提高市场营销的技巧与手段。

<<市场营销学>>

书籍目录

第1篇　市场营销导论第1章　市场营销学基础第2篇　市场分析与定位第2章　市场营销环境第3章　消费者市场与购买行为分析第4章　产业市场与购买行为分析第5章　市场营销调查与市场需求预测第6章　目标市场营销第3篇　市场营销战略与策略第7章　市场营销战略第8章　产品策略第9章　定价策略第10章　分销策略第11章　促销策略第12章　市场营销策划第4篇　市场营销新发展第13章　市场营销新领域与新概念

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