

<<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：9787562431077

10位ISBN编号：7562431078

出版时间：2004-7-1

出版时间：重庆大学出版社

作者：张卫东,夏清明

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>

<<现代市场营销学>>

内容概要

《现代市场营销学》系统介绍了现代营销管理、现代营销观念、现代营销理论、营销环境分析、营销调研与预测、市场分析、营销策划、营销创意与创造性思维训练、营销战略规划、产品策划、价格策划、分销策划、促销策划、公关策划、广告策划、人员推销策划、市场营销组织与控制等内容。每一章后还精心设计了大量的职业知识测试与职业技能训练题。全书内容丰富、重点突出、实用性强，较好地适应了高等职业教育的要求。

《现代市场营销学》既可以作为高职高专财经类专业的教学用书，也可供市场营销从业人员参考使用。

。

<<现代市场营销学>>

书籍目录

第1章 现代市场营销概述

1.1 现代市场营销的科学内涵

1.2 现代市场营销管理

1.3 市场营销学

【关键概念】

【复习思考】

【课堂讨论】

【技能训练】

【案例分析】 第2章 现代市场营销观念与理论

2.1 现代市场营销观念

2.2 现代市场营销理论

2.3 网络营销

【关键概念】

【复习思考】

【课堂讨论】

【技能训练】

【案例分析】 第3章 现代市场营销环

<<现代市场营销学>>

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>