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：9787565405174

10位ISBN编号：7565405175

出版时间：2011-9

出版时间：东北财经大学出版社有限责任公司

作者：何永祺，张传忠，蔡新春　编著

页数：403

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

本书是以作为本教材精要版的第三版为基础而修订出版的。

本次修订仍一如既往，为保持教材的相对稳定性，基本沿用前版的架构及体例，内容在基本不变的前提下进行较大的提炼。
为了充分反映近年来国内外经济理论及市场营销理论的最新研究成果和市场营销实务上的新发展，我们还对本教材各章架构中的“专论”、“观念应用”和“小资料”等栏目作了较大的更替，务求做到“与时俱进”。

本书由何永祺领衔编著，具体分工如下：何永祺负责第l、2、3、4、5、9、12、15章；张传忠负责第6、7、13、14章；蔡新春负责第8、10、11、16章。
全书最后由何永祺总纂定稿。

由于我们的理论、业务水平有限，涉猎的市场营销学典籍及市场营销活动范围有限，错漏不当之处在所难免，希望读者不吝指教。

第一图书网, tushu007.com

<<市场营销学>>

书籍目录

第1章　市场营销概述
第2章　市场营销计划与控制
第3章　市场营销环境
第4章　消费者市场
第5章　产业市场
第6章　市场营销调研
第7章　市场需求预测
第8章　市场竞争分析与策略
第9章　目标市场营销
第10章　产品与产品组合决策
第11章　开发新产品及产品生命周期
第12章　价格决策
第13章　产品销售渠道
第14章　零售商与批发商
第15章　促销管理
第16章　国际市场营销
综合案例

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