

<<现代营销学>>

图书基本信息

书名：<<现代营销学>>

13位ISBN编号：9787810783002

10位ISBN编号：7810783009

出版时间：2004-4

出版时间：对外经济贸易大学出版社

作者：刘宝成

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>

<<现代营销学>>

内容概要

本书在框架上遵循这样的思路：探究不同客户的需求；审视市场营销环境；处理市场信息；研究购买和消费者行为；介绍由产品、渠道、定价和推广构成的营销组合；讲述推广的方法；总结市场竞争的战略。

在观点、立场和侧重点方面，本书有所位移。

为突出营销学的基本使命，本书以人类的四大问题开篇；为适应数字化和全球化的趋势，本书特意充实了网络营销和国际营销两个章节；为强调产品创新的重要意义，本书增加了两个章节来讲述品牌和包装的价值。

在行文方面，本书力求通达简洁；对于一些理论问题，本书着力溯本求源；为强化直观的效果，本书罗织了许多图表。

<<现代营销学>>

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>