

<<市场营销管理>>

图书基本信息

书名：<<市场营销管理>>

13位ISBN编号：9787111171812

10位ISBN编号：7111171810

出版时间：2005-9

出版时间：机械工业出版社

作者：钱旭潮

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>

<<市场营销管理>>

内容概要

本书具有以下特点：

- 个案丰富，涉及大量近年来国内外发生的营销事件。
- 理论阐述简洁，跟踪营销理论的最新发展，提供了大量营销新知和新观点。
- 有机地整合了互联网营销。

市场营销在各类机构（既包括营利性机构也包括非营利性机构）的各种社会经济活动中承担着与顾客、成员（内部成员和外部合作伙伴）进行沟通和协调的任务，其核心是研究、创造和传递需求（社会生活标准）。

市场营销通过对顾客需求的把握决定企业的生产活动和市场活动。

本书的主要内容包括市场营销基础、市场分析、目标市场与基本策略、营销要素组合、营销计划执行与评价，完整阐述了市场营销的本质、理念、过程和方法。

本书的主要特点一是个案丰富，涉及大量近年国内外发生的营销事件；二是理论阐述简洁，跟踪营销理论的最新发展，提供了大量营销新知和新观点；三是有机整合了互联网营销。

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>