

<<市场营销>>

图书基本信息

书名：<<市场营销>>

13位ISBN编号：9787300038988

10位ISBN编号：7300038980

出版时间：2002-1-1

出版时间：中国人民大学出版社

作者：郭国庆,成栋

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>>

内容概要

## <<市场营销>>

### 书籍目录

#### 第1章 市场营销新趋势

##### 第1节 市场营销与企业发展

.....

#### 第2章 市场环境与市场行为

##### 第1节 市场营销环境的新变化

.....

#### 第3章 目标市场战略

##### 第1节 市场细分

.....

#### 第4章 产品战略

##### 第1节 产品组合战略

.....

#### 第5章 定价战略

##### 第1节 影响定价的因素

.....

#### 第6章 分销战略

##### 第1节 分销渠道战略

.....

#### 第7章 促销战略

##### 第8章 市场营销计划、组织、执行与控制

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>