

<<市场营销原理(第9版)>>

图书基本信息

书名：<<市场营销原理(第9版)>>

13位ISBN编号：9787302059714

10位ISBN编号：7302059713

出版时间：2003-3-1

出版时间：清华大学出版社

作者：菲利普·科特勒

译者：王霞,赵平

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>

<<市场营销原理(第9版)>>

内容概要

市场营销原理（第9版），ISBN：9787302059714，作者：（美）菲利普·科特勒（Philip Kotler），（美）格雷·阿姆斯特朗（Gary Armstrong）著；赵平等译

<<市场营销原理(第9版)>>

书籍目录

第一部分 理解市场营销和市场营销过程

第1章 动态环境中的营销：创造顾客价值的满意

第2章 战略计划与营销过程

第3章 营销环境

综合案例1

全球之星：联系每个地方的每个人

第二部分 开发市场营销机遇和战略

第4章 市场调查与信息系统

第5章 消费者市场与消费者购买行为

.....

第三部分 开发市场营销组合

第8章 产品和服务战略

第9章 新产品开发与产品生命周期策略

第10章 产品定价：定价考虑因素和方法

.....

第四部分 市场营销管理

第18章 竞争战略：吸引、保留和培育顾客

第19章 全球市场

第20章 营销与社会：社会责任和营销伦理

综合案例4

美国在线：世界在线？

附录1 衡量与预测需求

附录2 营销数学

附录3 营销职业

关键术语

<<市场营销原理(第9版)>>

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>