

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787302172925

10位ISBN编号：7302172927

出版时间：2008-5

出版时间：清华大学

作者：苗月新 编

页数：378

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>

<<市场营销学>>

内容概要

本书是中央财经大学商学院的系列教材，是面向21世纪教学内容和课程体系改革计划的最新研究成果，是工商企业类学科市场营销专业的核心教材。

本书从当代国内外营销理论和营销实践的发展现状出发，坚持理论与实践相结合，阐述与评价相统一，复习思考与案例分析为补充，以简洁新颖的编排风格，全面介绍了市场营销学的基本理论和基本方法，具有一定的创新性、前瞻性和实用性。

本书可作为高等学校市场营销专业本科生和研究生的教材，也可供从事营销工作的人士作为参考读物。

<<市场营销学>>

书籍目录

第一章 市场营销与市场营销学.第一节 当代企业所面临的市场挑战第二节 市场营销的内涵第三节 市场营销理论的产生与发展本章小结案例讨论题复习思考题第二章 营销观念第一节 传统的营销观念第二节 市场营销观念和社会营销观念第三节 营销观念的确立与管理本章小结案例讨论题复习思考题第三章 市场营销管理第四章 市场营销环境第五章 行业与竞争者分析第六章 顾客行为分析第七章 市场营销信息系统第八章 市场营销战略规划.....

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>