

<<营销英语>>

图书基本信息

书名：<<营销英语>>

13位ISBN编号：9787302219989

10位ISBN编号：7302219982

出版时间：2010-4

出版时间：清华大学出版社

作者：李冬梅 主编，谭英 等副主编，John Nelson 审阅

页数：194

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>

<<营销英语>>

内容概要

本书覆盖了市场营销专业的各个方面。

内容涉及市场营销, 营销管理理念, 战略计划, 营销环境, 市场调查与信息系统, 消费者市场与消费者购买行为, 组织市场与组织购买行为, 市场细分、选择目标市场和市场定位, 产品和服务战略, 新产品开发与产品生命周期策略, 产品定价方法, 定价策略, 分销渠道及物流管理等各个方面。

本书适合用于高等院校市场营销及相关专业的专业英语教材和双语教材, 也可供有关人员作阅读材料。

书籍目录

Unit 1 The Marketing Concept Unit 2 The Marketing Environment Unit 3 Marketing Research Unit 4 Target Market Unit 5 New Product Development Unit 6 Branding Unit 7 Packaging Unit 8 Pricing Unit 9 Distribution Unit 10 Advertising Unit 11 Sales Promotion Unit 12 Public Relations Unit 13 Personal Selling Unit 14 On-line Marketing Unit 15 International Marketing Unit 16 Green Marketing Acknowledgements

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>