

<<市场学原理>>

图书基本信息

书名：<<市场学原理>>

13位ISBN编号：9787306001863

10位ISBN编号：7306001868

出版时间：1989-6-1

出版时间：中山大学出版社

作者：余惠珍,杨振?,傅汉章

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>

<<市场学原理>>

书籍目录

- 第一章 市场营销与市场营销观念概述
 - 第二章 消费者市场与生产者市场
 - 第三章 购买行为分析
 - 第四章 市场细分、目标市场选择和市场定位
 - 第五章 产品及产品策略
 - 第六章 产品生命周期策略
 - 第七章 商品流通过程决策
 - 第八章 市场价格与价格策略
 - 第九章 促进销售
 - 第十章 公共关系
 - 第十一章 市场信息管理
 - 第十二章 市场调查研究
 - 第十三章 市场预测
 - 第十四章 市场营销计划与控制
 - 第十五章 国际市场营销
- 编写参考书目

<<市场学原理>>

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>