

<<现代市场营销>>

图书基本信息

书名：<<现代市场营销>>

13位ISBN编号：9787306009647

10位ISBN编号：7306009648

出版时间：1999-3-1

出版时间：中山大学出版社

作者：蔡新春,黄寿德

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>

<<现代市场营销>>

内容概要

本书简明地阐述了现代市场营销学的基本理论和市场营销的策略方法，共12章。

第一章至第五章阐明市场营销的基本理论，介绍企业怎样在动态环境中审时度势，扬长避短，制订营销战略计划方案。

第六章至第九章阐明营销策略，介绍如何在产品、定价、分销和促销等方面巧妙运用策略，开拓和占领市场。

第十章和第十一章市场营销的方法，阐述如何运用调查、预测技术，了解市场和识别市场。

第十二章专门介绍如何在海外市场开展营销

<<现代市场营销>>

书籍目录

第一章 市场营销学、市场营销与营销观念

第二章 市场

第三章 市场营销环境

第四章 购买行为

第五章 市场细分与目标市场

第六章 产品策略

第七章 定价策略

第八章 分销渠道策略

第九章 促销策略

第十章 市场调查

第十一章 市场预测

第十二章 国际市场营销

主要参考文献

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>