

<<市场营销学概论>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学概论>>

13位ISBN编号：9787309011135

10位ISBN编号：7309011139

出版时间：2001-3-1

出版时间：复旦大学出版社

作者：邓永成,陈信康,晁钢令,郭芳芳

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>

<<市场营销学概论>>

内容概要

编辑推荐：本书是一部论述市场营销的著作。

全书分为十二章：第一章导论、第二章市场营销环境、第三章营销信息与市场预测、第四章购买行为分析、第五章市场细分化与目标市场选择、第六章营销目标与策略组合、第七章产品策略、第八章价格策略、第九章分销策略、第十章促销策略、第十一章市场营销控制、第十二章国际营销。

本书内容全面，论述清晰，实用性强，既是财贸经济院校的专业教材，也可供厂矿企业营销人员参考使用。

<<市场营销学概论>>

书籍目录

前言

第一章 导论

第二章 市场营销环境

第三章 营销信息与市场预测

第四章 购买行为分析

第五章 市场细分化与目标市场选择

第六章 营销目标与策略组合

第七章 产品策略

第八章 价格策略

第九章 分销策略

第十章 促销策略

第十一章 市场营销控制

第十二章 国际营销

<<市场营销学概论>>

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>