

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787504414328

10位ISBN编号：7504414328

出版时间：1999-11-1

作者：胡志勇

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

<<市场营销学>>

书籍目录

- 第一章 绪论
- 第二章 企业的战略规划和市场营销管理过程
- 第三章 市场营销环境
- 第四章 消费者市场和生产者市场
- 第五章 市场细分、目标市场营销和市场定位
- 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 促进销售策略
- 第十章 市场营销调查研究与销售预测
- 第十一章 市场营销计划、组织实施与控制
- 第十二章 国际市场营销

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>