

<<营销>>

图书基本信息

书名：<<营销>>

13位ISBN编号：9787504449023

10位ISBN编号：7504449024

出版时间：1900-01-01

出版时间：中国商业出版社

作者：冯萍芳

页数：356

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>>

内容概要

《营销》分理念精华、战略规划以及市场营销策略三卷。
内容涵盖营销大本营、市场调查与预测、竞争对手分析、渠道管理、市场营销策略等十五章。

书籍目录

上卷 理念精华第一章 营销大本营第二章 进行市场细分第三章 市场调查与预测第四章 重新认识顾客第五章 做好市场定位工作中卷 战略规划第六章 市场霸占第七章 竞争对手分析第八章 市场机会第九章 渠道管理下卷 市场营销策略第十章 市场营销策略第十一章 市场营销与品牌第十二章 市场价格策略第十三章 市场营销与促销第十四章 市场营销与广告第十五章 市场营销与服务

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>