

<<现代市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<现代市场营销学>>

13位ISBN编号：9787504717504

10位ISBN编号：7504717509

出版时间：2001-7-1

作者：李一红,杨勇

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>

<<现代市场营销学>>

书籍目录

- 第一章 绪论
- 第二章 市场营销概述
- 第三章 市场营销环境分析
- 第四章 市场调查与市场预测
- 第五章 消费者行为分析
- 第六章 目标市场营销
- 第七章 产品策略
- 第八章 定价策略
- 第九章 分销渠道策略
- 第十章 促销策略
- 第十一章 服务营销
- 第十二章 政治权力与企业公关
- 第十三章 市场营销组合
- 第十四章 国际市场营销
- 第十五章 市场营销新发展

<<现代市场营销学>>

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>