

<<市场营销(上下2002年版)>>

图书基本信息

书名：<<市场营销(上下2002年版)>>

13位ISBN编号：9787507821123

10位ISBN编号：7507821129

出版时间：2002-1-1

出版时间：中国国际广播出版社

作者：陆元林

页数：786

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(上下2002年版)>>

内容概要

系统介绍欧美EMBA/MBA必修核心课程，准确阐述EMBA/MAB必须牢固掌握的工商管理精髓依据欧美最权威、最通行的知识，囊括最普遍、最适用的方法。

本书吸收世界最权威工商管理大师截至2001年的最新成果，系统介绍欧美 MBA必修核心课程，准确阐述 MBA必须牢固掌握的工商管理精髓要义，依据欧美最权威、最通行的知识，囊括最普遍、最适用的方法。

<<市场营销(上下2002年版)>>

书籍目录

上册第一篇 市场营销导论第一章 认识市场营销第二篇 选择市场营销机会第二章 市场调查与预测第三章 市场营销环境第四章 消费者市场与购买行为第五章 组织市场与购买行为第六章 市场细分与目标市场的选择第三篇 制定市场营销战略第七章 营销计划的制定第八章 竞争分析与竞争策略第四篇 规划营销组合决策第九章 产品、品牌与包装决策第十章 定价决策下册第十一章 营销渠道决策第十二章 零售、批发与实物分销决策第十三章 沟通与促销组合决策第十四章 广告决策第十五章 促销活动与公共宣传决策第十六章 推销管理与人员推销决策第五篇 实施与控制营销活动第十七章 市场营销的组织与实施第十八章 市场营销控制第六篇 发展市场营销第十九章 全球营销第二十章 网络营销第二十一章 绿色营销第二十二章 关系营销第二十三章 服务营销参考文献

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>