

图书基本信息

书籍目录

第一篇 理解市场营销和营销管理过程

一 变化世界中的市场营销：创造顾客价值和满意

二 战略规划和市场营销过程

第二篇 分析市场营销机会

三 市场营销环境

四 市场营销调研和信息系统

.....

第三篇 设计市场营销战略及营销组合

七 市场细分、目标市场选择及市场定位以获得竞争优势

八 产品和服务战略

.....

第四篇 扩展市场营销

十六 全球市场

十七 营销与社会：社会责任和营销道德

附录1 营销计算

附录2 营销职业

译者后记

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>