第一图书网, tushu007.com

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787543218628

10位ISBN编号：7543218623

出版时间：2011-3

出版时间：格致出版社

作者：张红，万炜 编

页数：395

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

内容概要

《市场营销学》作为湖南大学大文类学生的平台课程，每年有400左右的本科学生选用。此次编写的教材为原书的第二版，更新80%的案例，并将网络营销、关系营销、非盈利组织营销等营销理论与企业最新实践并入到教材内容中，旨在为非营销专业的学生提供对营销学的更广泛的理解与认识。

书籍目录

第一章 市场营销导论学习目标导入案例第一节 市场营销的重要性第二节 市场营销的含义与核心概念第三节 市场营销管理过程第四节 市场营销理论的发展及创新第五节 市场营销管理哲学本章小结复习思考题章后案例营销实训系列第二章 市场营销环境分析学习目标导入案例第一节 微观营销环境第二节 宏观营销环境第三节 环境分析与企业对策本章小结复习思考题章后案例营销实训系列第三章 市场研究学习目标导入案例第一节 市场营销信息系统第二节 市场研究概述第三节 市场研究方法本章小结复习思考题章后案例营销实训系列……第四章 市场购买行为分析第五章 市场营销战略与计划第六章 目标市场营销战略第七章 市场竞争战略第八章 产品策略第九章 服务营销策略第十章 定价策略第十一章 渠道决策第十二章 促销策略第十三章 品牌管理第十四章 营销伦理和社会责任第十五章 国际市场营销第十六章 非营利组织市场营销第十七章 网络营销参考文献

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