

<<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：9787560821757

10位ISBN编号：7560821758

出版时间：2000-08-01

出版时间：同济大学出版社

作者：吴泗宗

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>>

内容概要

本书力图：第一，进一步普及营销知识。

这是因为，市场营销在中国发展得太快，以至于许多人尚未醒过来，便被市场营销的浪头裹挟而走，他们不知何谓“市场营销”，仅从自己的经历和角度去理解它。

所以说，在中国，“市场营销”又是一个常常被误解了的概念；第二，紧扣当前的时代。

在完整介绍市场营销学理论框架的同时，努力追随当前市场营销学理论前沿，特别是努力探索信息化时代的营销策略和技能；第三，便于应用。

本书的应用有两个

<<现代市场营销学>>

书籍目录

第一章 认识营销

第一节 导言

第二节 营销的核心概念

第三节 营销观念的演变

第二章 顾客满意战略

第一节 顾客概述与顾客满意战略

第二节 让渡价

<<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>