

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787560932187

10位ISBN编号：7560932185

出版时间：2004-9

出版时间：华中科技大学出版社

作者：何静 编

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>

<<市场营销学>>

内容概要

《市场营销学》按照市场营销学的知识体系分为四个部分共十七章。

第一部分（第一章至第七章）基础篇，主要介绍市场营销学的基础理论知识，包括市场营销学概述、市场分析、市场研究、市场营销环境、市场调研、市场预测和市场推广；第二部分（第八章至第十一章）策略篇，主要介绍市场营销的各类策略，包括产品策略、价格策略、分销渠道策略和促销策略；第三部分（第十二章至第十五章）相关知识篇，主要介绍了市场营销管理、营销战略与营销策划、国际营销和新营销观念；第四部分（第十六章第十七章）谈判、代理与写作实务篇，主要介绍了商务谈判与商务代理和营销写作实务。

各章章末均配置了与各章内容相关的复习思考题和案例，便于读者对所学内容进行全面的复习与思考。读者可通过对案例的学习和研讨，结合自己本身的实践经验，学习如何在市场营销的实际工作中正确运用相关的市场营销学知识，真正做到理论与实际相结合。

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>