第一图书网, tushu007.com

<<营销管理>>

图书基本信息

书名：<<营销管理>>

13位ISBN编号：9787562320050

10位ISBN编号：7562320055

出版时间：2003-9

出版时间：华南理工大学出版社

作者：李业 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

内容概要

《MBA工商管理系列教材：营销管理》以MBA学员为主要读者，兼顾企业营销管理人才培训的需求，以企业营销活动的基本过程为主线，根据课程特点和教学规律对营销管理的理论和方法进行了系统的安排。
其内容涵盖了市场与营销的基本概念、营销观念、营销环境、营销战略、竞争战略、消费者市场、组织市场、市场调研、市场细分与目标市场选择、产品策略、价格策略、分销策略、促销策略、服务营销、国际市场营销和网络营销，并且将市场营销的新观点、新理论介绍给读者，如4R理论、顾客满意理论、关系营销理论、营销伦理、整合营销传播理论和网络营销理论等等。
《MBA工商管理系列教材：营销管理》按照“突出当地化，兼顾国际化”的指导思想，编写和选用了本地企业和跨国公司在中国的营销案例，形成了自己的特色。
在体例上，各章首先列出了学习目标，根据重点理论安排了营销小例子，通过信息点击、相关链接、营销小故事等栏目增加信息量，提高互动性。
章末列出了本章小结、重点概念和复习题，并附有容量较大的案例，既方便学员学习，也有利于教师组织课堂教学。

书籍目录

第一章　市场营销概论1.1　市场营销与市场营销学1.1.1　市场营销1.1.2　市场营销学1.1.3　市场营销的功能1.2　市场营销的核心概念.....第五章　市场竞争战略第六章　消费者市场和购买行为分析第七章　组织市场购买行为分析第八章　市场营销调研第九章　市场细分与目标市场选择第十章　产品决策第十一章　品牌与包装决策第十二章　价格决策第十三章　分销管理第十四章　促销策略第十五章　市场营销组织、执行与控制第十六章　销售队伍的建立与管理第十七章　服务管理第十八章　国际市场营销第十九章　网络营销参考文献

第一图书网, tushu007.com

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