

<<创造一个市场>>

图书基本信息

书名：<<创造一个市场>>

13位ISBN编号：9787800012938

10位ISBN编号：780001293X

出版时间：1993-12

出版时间：企业管理出版社

译者：李莉

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>

<<创造一个市场>>

书籍目录

目录
第一章 基本概念
营销活动
营销管理的原则
营销方法
营销战略
创造一个市场
营销计划
发展中国家的市场营销
复习题
第二章 市场调研
开发新产品的理由
主要研究领域
市场调查
顾客调查
营销数据的来源
复习题
第三章 产品计划
选择新产品
产品改良
包装
产品差异化
发展中国家的产品计划
复习题
第四章 定价
营销经理的日常工作
定价的成本因素
成本加成定价法
灵活定价法
需求因素
竞争
复习题
第五章 广告
广告和促销
品牌政策
广告的原则
广告媒体
发展中国家存在的问题
复习题
第六章 促销
促销的定义
零售业中的促销
取得零售商的合作
推出新产品
维修及配件及零售商培训

<<创造一个市场>>

发展中国家的促销

复习题

第七章 分销

选择零售机构

零售点的种类

零售分销的类别

中间机构：批发商提供的服务

分销中的营销战略

发展中国家的分销问题

复习题

关于出口营销

附件I 词汇表

附件 经济和营销信息来源

附件 一些通用的促销方法

<<创造一个市场>>

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>