

<<营销调研>>

图书基本信息

书名：<<营销调研>>

13位ISBN编号：9787800731761

10位ISBN编号：7800731766

出版时间：1999-01

出版时间：中信出版社

作者：奇兹诺尔

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>

<<营销调研>>

内容概要

作者运用简明的概念和分析工具，重新审视了市场营销问题。

作者认为，市场营销就是为了满足顾客的需要。

企业成功与否主要取决于满足顾客能力的高低。

同时强调应将市场营销视为企业文化的重要组成部分。

本书介绍了大量先进、实用的市场营销分析技术，为读者提供了基本的思考和分析方法。

每章均附有审计问卷，供读者对照检验本公司在有关领域的经营绩效。

读者对象不仅限于营销人员，也包括其它部门的管理

<<营销调研>>

书籍目录

中文版前言

引言

一、基本介绍

市场营销在现代公司中的作用：整体分析法

二、重温市场营销概念

1市场营销：公司经营态度

2市场营销：一种功能

三、市场营销组合

市场营销组合分析

四、有效市场营销的投入

1究竟多少知识合适

2市场营销方案分析

3情报的价

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>