

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787810448826

10位ISBN编号：781044882X

出版时间：2001-7-1

出版时间：东北财经大学出版社

作者：蔡新春,张传忠,何永祺

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>>

书籍目录

- 第1章 市场营销概述
- 第2章 市场营销计划过程
- 第3章 市场营销环境
- 第4章 消费者市场
- 第5章 产业市场
- 第6章 市场营销调查
- 第7章 市场需求预测
- 第8章 市场竞争分析与策略
- 第9章 目标市场营销
- 第10章 产品与产品组合决策
- 第11章 开发新产品及产品生命周期
- 第12章 价格决策
- 第13章 产品销售渠道
- 第14章 零售商与批发商
- 第15章 促销管理
- 第16章 国际市场营销
- 附录1 个案分析思路
- 附录2 自测题参考答案

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>