

<<市场分析与营销策划>>

图书基本信息

书名：<<市场分析与营销策划>>

13位ISBN编号：9787810497466

10位ISBN编号：7810497464

出版时间：2002-1

出版时间：上海财经大学出版社

作者：唐豪

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>

<<市场分析与营销策划>>

内容概要

<<市场分析与营销策划>>

书籍目录

- 第一章营销观念
- 第二章需求与购买行为
- 第三章营销环境
- 第四章市场细分与选择
- 第五章市场战略与营销组合
- 第六章营销理论的发展
- 第七章人口环境
- 第八章自然环境
- 第九章经济环境
- 第十章政治、法律环境
- 第十一章科学技术环境
-
- 第二十一章营销手段：功能开发与

<<市场分析与营销策划>>

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>