

<<市场营销概论>>

图书基本信息

书名：<<市场营销概论>>

13位ISBN编号：9787030248411

10位ISBN编号：7030248414

出版时间：2012-3

出版时间：科学出版社

作者：金伟，吴虹 编

页数：395

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>

<<市场营销概论>>

内容概要

这本《高职高专市场营销类流程化系列教材：市场营销概论》共13章。

第一部分市场分析，包括第1章市场营销与市场环境、第2章市场调查与预测、第3章战略分析、第4章购买者行为分析和第5章市场选择与定位。

第二部分市场营销组合策略，包括第6章产品策略、第7章定价策略、第8章分销策略和第9章促销策略。

第三部分实体营销，包括第10章企业产品营销、第11章服务市场营销、第12章国际市场营销和第13章网络营销。

《高职高专市场营销类流程化系列教材：市场营销概论》图文并茂，案例经典，适合高职高专市场开发与营销专业、管理类专业作为教材使用，亦可供企业市场营销培训教学和个人自学参考。

<<市场营销概论>>

书籍目录

第1章 市场营销与市场环境第2章 市场调查与预测第3章 战略分析第4章 购买者行为分析第5章 市场选择与定位第6章 产品策略第7章 定价策略第8章 分销策略第9章 促销策略第10章 企业产品营销第11章 服务市场营销第12章 国际市场营销第13章 网络营销主要参考文献

编辑推荐

《高职高专市场营销类流程化系列教材：市场营销概论》编写过程中，我们一方面吸收了国内外市场营销创新的最新研究成果，把知识营销、整合营销、关系营销、网络营销、定制营销、全球营销、服务营销、绿色营销、品牌营销理论融合到各个章节；另一方面及时跟踪市场营销环境变化的因素，把新的数据、新的研究课题纳入本书的编写过程中，使读者能及时了解市场营销学领域的研究发展方向和市场环境的变化趋势。

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>