

<<市场营销管理>>

图书基本信息

书名：<<市场营销管理>>

13位ISBN编号：9787301042014

10位ISBN编号：7301042019

出版时间：2000-01

出版时间：北京大学出版社

作者：约翰..昆奇等

译者：吕一林

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>

<<市场营销管理>>

内容概要

本书是一本介绍美国有关市场营销方面的最新最权威的书。

由美国哈佛商学院著名教授约翰·昆奇等人编著。

该书内容由上下两篇组成：“市场营销组合”和“市场营销过程”。

上篇介绍市场营销的沟通、定价、产品和分销策略；下篇包括市场研究、营销战略规划、营销计划制定以及如何组织实施。

每章包括课文和若干个案例。

文字生动、易读，并配有多幅图表。

本书适合工商管理专业硕士研究生和市场营销人员阅读。

作者简介

约翰·A.昆奇，哈佛大学商学院工商管理教授，伦敦商学院院长。
他在该校讲授MBA营销学入门课程，每年有800名学生选修，他还是第一年MBA课程委员会的主席。
昆奇教授在一系列杂志上发表过论文，从《哈佛商业研究》到《市场营销科学》。
他是10本书的作者或合作者，包括《营

<<市场营销管理>>

书籍目录

概述 案例研究入门 市场营销入门 市场营销的基本定量分析上篇：市场营销组合 第一章 引言 第二章 沟通策略 第三章 定价策略 第四章 产品策略 第五章 分销策略下篇：市场营销过程 第六章 市场研究 第七章 市场营销战略 第八章 制定营销计划 第九章 市场营销组织与实施 第十章 结论 附录A：市场营销管理的法律限制 附录B：市场营销术语汇编

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>