<<市场营销原理(第9版)>>

图书基本信息

书名:<<市场营销原理(第9版)>>

13位ISBN编号: 9787302059714

10位ISBN编号:7302059713

出版时间:2003-3-1

出版时间:清华大学出版社

作者:菲利普·科特勒

译者:王霞,赵平

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

<<市场营销原理(第9版)>>

内容概要

市场营销原理(第9版),ISBN: 9787302059714,作者:(美)菲利普·科特勒(philip Kotler),(美)格雷·阿姆斯特朗(Grary Armstrong)著;赵平等译

<<市场营销原理(第9版)>>

书籍目录

第一部分 理解市场营销和市场营销过程

第1章 动态环境中的营销:创造顾客价值的满意

第2章 战略计划与营销过程

第3章 营销环境

综合案例1

全球之星:联系每个地方的每个人 第二部分 开发市场营销机遇和战略

第4章 市场调查与信息系统

第5章 消费者市场与消费者购买行为

.

第三部分 开发市场营销组合

第8章 产品和服务战略

第9章 新产品开发与产品生命周期策略 第10章 产品定价:定价考虑因素和方法

.

第四部分 市场营销管理

第18章 竞争战略:吸引、保留和培育顾客

第19章 全球市场

第20章 营销与社会:社会责任和营销伦理

综合案例4

美国在线:世界在线?

附录1 衡量与预测需求

附录2营销数学

附录3营销职业

关键术语

<<市场营销原理(第9版)>>

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