第一图书网, tushu007.com

<<市场营销>>

图书基本信息

书名：<<市场营销>>

13位ISBN编号：9787504448613

10位ISBN编号：7504448613

出版时间：2007-8

出版时间：中国商业出版社

作者：蔡燕农 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

内容概要

为了培养新世纪高素质市场营销专业人才，我们在编写本教材时始终围绕贯彻素质、知识、能力三位一体的教育原则。
在教材内容的编写上分为上、下两篇，上篇主要阐述市场营销学的基础理论，下篇主要以市场竞争为主线分析了企业核心竞争力、国际竞争力、与跨国公司的合作与竞争、营销创新、可持续消费和零售业竞争。
我们希望本教材的出版对强化学生素质、知识、操作与创新能力的训练带来更多的帮助。

第一图书网, tushu007.com

<<市场营销>>

书籍目录

上篇　市场营销学基础理论
第一章　市场营销概论
第一节　市场营销的核心概念
第二节　市场营销学的产生与发展
第三节　市场营销观念
第四节　与时俱进，积极变革
第二章　市场信息、市场机会与市场竞争优势
第一节　市场信息与市场调研
第二节　市场机会
第三节　市场竞争优势
第三章　营销环境分析
第一节　WTO时代的营销环境
第二节　环境机会与环境威胁
第三节　宏观环境分析
第四节　微观环境分析
第四章　市场营销战略规划
第一节　市场营销战略组合策略
第二节　大市场营销战略
第三节　市场营销竞争战略
第五章　消费需求及购买行为分析
第一节　市场消费需求及形态
第二节　消费者购买动机及购买行为分析
第三节　生产者购买动机及购买行为分析
第六章　市场细分、目标市场、市场定位
第一节　市场细分
第二节 目标市场选择及其策略
第三节　市场定位
第七章　产品策略
……
下篇　WTO竞争创新时代的营销战略（阅读）

第一图书网, tushu007.com

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