

<<医药市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<医药市场营销学>>

13位ISBN编号：9787506736282

10位ISBN编号：7506736284

出版时间：1970-1

出版时间：中国医药科技出版社

作者：董国俊 编

页数：312

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>

<<医药市场营销学>>

内容概要

《全国普通高等专科学校教育药学类规划教材：医药市场营销学》根据全国普通高等专科学校教育药学类规划教材编写委员会关于教材编写的指导思想，针对医药营销相关专业的业务培养目标和21世纪专业人才培养的需要进行编写。

并根据该领域多年的科研和教学实践，将医药市场的新特征融入本教材。

以力图使学生和广大读者掌握市场营销的基本原理和方法，并结合医药企业发展对市场老大哥求的研究，探索医药经济发展与市场运行特征，为学生分析和研究我国医药市场需求变化和未来趋势提供必要的理论工具。

<<医药市场营销学>>

书籍目录

第一章 市场营销学概述第二章 市场营销环境第三章 医药消费者行为分析 第四章 医药市场细分化第五章 医药市场调查第六章 医药市场需求预测第七章 医药产品策略第八章 医药产品价格策略第九章 医药产品分销渠道策略第十章 医药产品促销组合策略第十一章 绿色营销第十二章 关系营销第十三章 网络营销概述第十四章 医药终端市场参考文献

<<医药市场营销学>>

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>