

<<市场营销基础>>

图书基本信息

书名：<<市场营销基础>>

13位ISBN编号：9787564034207

10位ISBN编号：7564034203

出版时间：2010-8

出版单位：北京理工大学

作者：何志勇 编

页数：111

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>

<<市场营销基础>>

内容概要

随着我国市场经济的不断深入及国际互联网的日益普及，市场营销已成为当今企业交易最普遍的应用方式，以电子商务为核心的网络经济的出现，使传统的营销发生了很大变化，本书介绍了市场营销的基本知识，涉及市场营销环境，产品、价格定位策略，分销渠道及管理，且每章配有适量的练习题，使本书成为一本实用性很强的读本。

<<市场营销基础>>

书籍目录

第一章 市场营销概述 第一节 市场营销概念探析 第二节 营销管理方法 第三节 现代市场营销的新观念 第四节 市场营销观念的发展与演变第二章 市场营销环境要素 第一节 宏观的市场营销环境要素 第二节 微观的市场营销环境要素第三章 市场概述 第一节 认识市场 第二节 消费者市场 第三节 生产者市场 第四节 中间商市场第四章 市场细分与目标市场概述 第一节 市场细分 第二节 如何选择目标市场 第三节 目标市场定位第五章 产品策略 第一节 产品初步定位 第二节 打造产品整体形象第六章 价格策略分析 第一节 定价原理概述 第二节 定价方法 第三节 定价策略第七章 分销渠道管理 第一节 分销渠道综述 第二节 分销渠道的制约因素与设计原则 第三节 分销渠道的模式及方案 第四节 分销渠道的管理控制 第五节 分销渠道系统的创新体制第八章 促销策略 第一节 人员推销方案 第二节 广告宣传方案 第三节 营业推广方案第九章 电子商务与网络营销 第一节 电子商务 第二节 网络营销

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>