

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787750582970

10位ISBN编号：7750582975

出版时间：2004-8-1

出版时间：经济科学出版社

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>

<<市场营销学>>

内容概要

<<市场营销学>>

书籍目录

- 第一章 市场营销学概述
 - 第一节 市场营销理论的产生与发展
 - 第二节 市场营销理论中的基本概念
 - 第三节 企业经营观念
 - 第四节 市场营销管理
 - 复习思考题
 - 第二章 市场营销环境
 - 第一节 市场营销微观环境分析
 - 第二节 市场营销宏观环境分析
 - 复习思考题
 - 第三章 顾客行为分析
 - 第一节 消费者市场行为分析
 - 第二节 组织市场行为分析
 - 复习思考题
 - 第四章 竞争者行为分析
 - 第一节 行业竞争分析
 - 第二节 竞争者分析
 - 第三节 竞争战略
 - 复习思考题
 - 第五章 市场营销信息系统
 - 第一节 市场营销信息系统的构成
 - 第二节 市场调研
 - 第三节 市场调研的方法和技术
 - 复习思考题
 - 第六章 市场营销战略规划
 - 第一节 企业战略规划
 - 第二节 业务战略规划
 - 第三节 市场营销规划
 - 复习思考题
 - 第七章 目标市场营销
 - 第一节 市场细分
 - 第二节 目标市场选择
 - 第三节 市场定位
 - 复习思考题
 - 第八章 新产品开发与产品生命周期
 - 第一节 新产品开发
 - 第二节 产品生命周期
 - 复习思考题
 - 第九章 产品决策
 - 第十章 价格决策
 - 第十一章 分销决策
 - 第十二章 促销决策
 - 第十三章 市场营销新发展
 - 第十四章 国际市场营销
- 主要参考书目

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>