

<<创造一个市场>>

图书基本信息

书名：<<创造一个市场>>

13位ISBN编号：9787800012938

10位ISBN编号：780001293X

出版时间：1993-12

出版时间：企业管理出版社

译者：李莉

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>

<<创造一个市场>>

书籍目录

- 目录
- 第一章 基本概念
 - 营销活动
 - 营销管理的原则
 - 营销方法
 - 营销战略
 - 创造一个市场
 - 营销计划
 - 发展中国家的市场营销
 - 复习题
- 第二章 市场调研
 - 开发新产品的理由
 - 主要研究领域
 - 市场调查
 - 顾客调查
 - 营销数据的来源
 - 复习题
- 第三章 产品计划
 - 选择新产品
 - 产品改良
 - 包装
 - 产品差异化
 - 发展中国家的产品计划
 - 复习题
- 第四章 定价
 - 营销经理的日常工作
 - 定价的成本因素
 - 成本加成定价法
 - 灵活定价法
 - 需求因素
 - 竞争
 - 复习题
- 第五章 广告
 - 广告和促销
 - 品牌政策
 - 广告的原则
 - 广告媒体
 - 发展中国家存在的问题
 - 复习题
- 第六章 促销
 - 促销的定义
 - 零售业中的促销
 - 取得零售商的合作
 - 推出新产品
 - 维修及配件及零售商培训

<<创造一个市场>>

发展中国家的促销

复习题

第七章 分销

选择零售机构

零售点的种类

零售分销的类别

中间机构：批发商提供的服务

分销中的营销战略

发展中国家的分销问题

复习题

关于出口营销

附件I 词汇表

附件 经济和营销信息来源

附件 一些通用的促销方法

<<创造一个市场>>

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>