

<<营销策划学>>

图书基本信息

书名：<<营销策划学>>

13位ISBN编号：9787800095542

10位ISBN编号：7800095541

出版时间：2000年01月

出版时间：时事出版社

作者：陈放

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>

<<营销策划学>>

内容概要

世界是人的世界，人是世界的人存在人类的世界必然存在个体与个体、个体与集体、集体与集体之间的。

利益冲突和利益交换有了交换行为的发生和存在，形成了一定量和一定规模的市场。

人类创造市场，就会动用思想和智慧去利用市场这个表演舞台。

本书向读者介绍了营销策划学、国外营销策划学派、营销策划的程序和方法、营销策划的原理、营销策划原则、营销战略策划、市场调研策划、市场定位策划、产品定价策划等。

<<营销策划学>>

书籍目录

- 第一章 引言：企业进入大营销时代
- 第二章 营销策划学
- 第三章 国外营销策划学派
- 第四章 营销策划的程序和方法
- 第五章 营销策划的原理
- 第六章 营销策划原则
- 第七章 营销战略策划
- 第八章 市场调研策划
- 第九章 市场定位策划
- 第十章 产品定价策划
- 第十一章 营销造势策划
- 第十二章 营销网络策划
- 第十三章 促销策划
- 第十四章 营销公关策划
- 第十五章 营销广告策划
- 第十六章

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>