

<<通勤大学MBA 2市场营销>>

图书基本信息

书名：<<通勤大学MBA 2市场营销>>

13位ISBN编号：9787801625601

10位ISBN编号：7801625609

出版时间：2003-1

出版时间：经济管理

作者：申恩威

页数：249

字数：106000

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>

<<通勤大学MBA 2市场营销>>

内容概要

通过阅读此书，使读者能够系统的了解商务活动中最基本和最重要的理念“市场营销”。如专门进行市场调查的人员，并不意味着仅仅实施调查顾客满意度的技术性操作，如果不理解公司的产品、价格、宣传、产品渠道等各方面情况以及把握这些方面所构成的公司整体的市场营销政策的话，也难以进行顾客满意度调查的方案设计和实施。

<<通勤大学MBA 2市场营销>>

作者简介

青井伦一：庆应义塾大学商学院教授。

昭和44年（1969年）毕业于东京大学工学部。

50年（1975年）在东京大学研究生院经济大学研究科修完博士课程。

54年（1979年）获哈佛大学经营学博士学位。

平成2年（1980年）任庆应义塾商学院（大学研究生院经营管理研究科）教授。

<<通勤大学MBA 2市场营销>>

书籍目录

第1章 经营中的市场营销 1.市场营销的定义 2.企业市场营销的功能 3.市场营销战略的制定、实施的过程第2章 市场营销环境分析的实施 1.市场营销环境分析 2.市场营销调查第3章 目标市场的选择和构筑市场的中的竞争优势地位 1.目标市场营销及其程序 2.市场细分 3.目标选择 4.市场定位第4章 综合市场营销的构筑 1.什么是综合市场营销(将若干市场营销要素相组合达成市场目标) 2.产品政策 3.价格政策 4.渠道政策 5.促销政策 6.确立竞争优势地位的综合市场营销第5章 维持顾客的市场营销战略 1.什么是维持顾客的市场营销战略索引参考文献

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>