

<<营销创新>>

图书基本信息

书名：<<营销创新>>

13位ISBN编号：9787810508834

10位ISBN编号：7810508830

出版时间：2004-3

出版时间：东南大学出版社

作者：唐德才 编

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>

<<营销创新>>

内容概要

本书更多地以实践为基础，在较多的案例分析的基础上，总结市场营销实践经验并使之升华到一个更高的理论境界。

营销理论来源于实践又高于实践。

为了教学上的需要，书中穿插分析了大量案例，并在每章开篇列一则引入性案例。

本书是一部融理论性、应用性于一体的市场营销著作，此书的出版可以作为高等院校本科生、经济与管理研究方向研究生的教学参考用书，也可以作为广大企业市场管理者与实际营销工作者的学习读物。

<<营销创新>>

书籍目录

第一章 市场营销导论 第二章 知识与市场营销观念创新 第三章 市场营销环境分析和营销伦理 第四章 购买者行为分析 第五章 知识与市场信息系统 第六章 目标市场战略 第七章 产品策略 第八章 定价策略 第九章 分销渠道策略 第十章 连锁经营 第十一章 电子商务与网络营销 第十二章 促销策略 第十三章 广告策略 第十四章 企业文化 第十五章 市场营销计划、组织与控制

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>