

<<营销管理>>

图书基本信息

书名：<<营销管理>>

13位ISBN编号：9787810840194

10位ISBN编号：7810840193

出版时间：2002-2-1

出版时间：东北财经大学出版社

作者：郭国庆,李先国

页数：360页

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>

<<营销管理>>

内容概要

本书可分为五个部分：第一部分是市场分析，主要对营销的基本概念、市场与市场环境、市场购买行为进行分析与阐述，包括第1至3章；第二部分是市场选择、主要论述营销调研、市场需求预测、市场细分与市场定位等。

<<营销管理>>

书籍目录

- 第1章 营销和营销管理
- 第2章 市场与市场营销环境
- 第3章 市场购买行为分析
- 第4章 营销调研与衡量、预测市场需求
- 第5章 确定和选择目标市场
- 第6章 营销中的产品策略
- 第7章 公司的服务营销
- 第8章 定价策略与方法
- 第9章 选择与管理营销渠道
- 第10章 营销沟通与促销组合
- 第11章 广告设计与媒体选择
- 第12章 直复营销、销售促进与公关
- 第13章 营销队伍的设计与管理
- 第14章 公司战略与营销计划
- 第15章 市场营销的组织与控制
- 第16章 营销管理的新发展
- 参考书目
- 后记

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>