

<<市场营销学教程>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学教程>>

13位ISBN编号：9787810844253

10位ISBN编号：7810844253

出版时间：2004-7

出版时间：东北财经大学出版社

作者：李强 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>

## <<市场营销学教程>>

### 内容概要

本书被教育部确定为“质量高、有特色、，能够满足不同类型的高等学校本科教学实际需要”的优秀教材，并向高等学校推荐。

本次修改是作者在多年从事市场营销理论研究和实践的基础上，根据高等院校经济、管理类专业《市场营销学》教学大纲的要求，在囊括市场营销学基本理论的、基本知识、基本技能的前提下，尽可能提炼和简要，使之成为适应性强、应用更为广泛的市场营销学教科书。

## <<市场营销学教程>>

### 书籍目录

#### 第1编 市场营销原理

第一章 市场营销概述

第二章 市场与市场类型

第三章 市场调查与预测

第四章 消费者需求研究

第五章 市场营销环境

第六章 目标市场的选择

#### 第2编 市场营销策略

第七章 产品策略

第八章 定价策略

第九章 渠道策略

第十章 促销策略

#### 第3编 市场营销管理

第十一章 市场营销组合、计划与战略

第十二章 市场营销分析与评价

参考文献

<<市场营销学教程>>

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>