

《市场营销管理》

图书基本信息

书名：《市场营销管理》

13位ISBN编号：9787801629272

10位ISBN编号：7801629272

出版时间：2004-7-1

出版社：经济管理出版社

作者：赵凯,张永军,张永军,赵凯

页数：256

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《市场营销管理》

内容概要

本书是编者长期研究营销管理理论的结晶，秉承实用和通俗易懂的原则，本书深入浅出地介绍了从市场环境分析，目标市场选择、市场定位到营销策略的知识体系有详细的认识，而且能够从事市场营销相关工作。

本书在写作风格和编写体例上与丛书中的其他各书一致，全书共十章，每章都由知识介绍和说明案例两部分组成，各章内容自成体系，能够解决营销管理过程中碰到的各种问题。

书籍目录

- 第一章 现代市场营销观念
- 第二章 企业的营销环境
- 第三章 企业营销的战略规划
- 第四章 顾客心理的研究和把握
- 第五章 市场调研与市场预测
- 第六章 营销机会的选择
- 第七章 产品策划
- 第八章 产品定价的科学和艺术
- 第九章 营销渠道的选择
- 第十章 促销策略的选用
- 参考文献

《市场营销管理》

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：www.tushu000.com