

《市场营销》

图书基本信息

书名：《市场营销》

13位ISBN编号：9787300038988

10位ISBN编号：7300038980

出版时间：2002-1-1

出版社：中国人民大学出版社

作者：郭国庆,成栋

页数：396

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》

内容概要

书籍目录

第1章 市场营销新趋势

第1节 市场营销与企业发展

.....

第2章 市场环境与市场行为

第1节 市场营销环境的新变化

.....

第3章 目标市场战略

第1节 市场细分

.....

第4章 产品战略

第1节 产品组合战略

.....

第5章 定价战略

第1节 影响定价的因素

.....

第6章 分销战略

第1节 分销渠道战略

.....

第7章 促销战略

第8章 市场营销计划、组织、执行与控制

《市场营销》

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