

《现代市场营销学(第三版)》

图书基本信息

书名：《现代市场营销学(第三版)》

13位ISBN编号：9787802070721

10位ISBN编号：7802070724

出版时间：2004-12

出版社：经济管理出版社

作者：冯丽云

页数：374

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

《现代市场营销学(第三版)》

内容概要

《现代市场营销学》第二版自1999年出版以来，受到国内大专院校经济与管理专业广大师生的普遍好评，许多院校将其选为教材使用，使《现代市场营销学》得以多次重印。借此再版机会，特向广大师生表示衷心的感谢！2003年，《现代市场营销学》第三版经申报荣幸地被北京市教育委员会作为“北京市高等教育精品教材建设”立项项目。在第三版中，我们在保留原书三大特点的基础上，根据近几年市场营销理论及实践的最新发展，对全书结构和内容作了较大修改，并增加了部分新的章节和内容，如网络营销、绿色营销等，总体上力求给读者一个面目一新、科学、全面、系统、新颖、中国化的印象。为了使《现代市场营销学》便于教学，在每章后还增加了“本章小结”、“案例分析”、“主要概念”和“思考题”四个部分。我们渴望奉献给广大师生、读者的是一本经得起专家论证和实践检验的经济与管理专业的精品教材。尽管《现代市场营销学》专业性强，但表述通俗易懂，既可作为高等院校的教材，也可供企业市场营销人员在职培训或自学使用。

书籍目录

- 第一章 市场营销学概述
- 第二章 市场与市场营销
- 第三章 企业战略规划
- 第四章 市场营销信息系统与调查、预测
- 第五章 市场营销环境
- 第六章 消费者需要与购买行为
- 第七章 生产者需求与购买行为
- 第八章 目标市场与市场营销组合
- 第九章 产品策略
-
- 主要参考文献

《现代市场营销学(第三版)》

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