

《现代营销管理(修订版)》

图书基本信息

书名：《现代营销管理(修订版)》

13位ISBN编号：9787801001122

10位ISBN编号：7801001125

出版时间：2002-6-1

出版社：中华工商联合出版社

作者：郭继鸣,王云峰

页数：376

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.tushu111.com

书籍目录

修订版前言

第一章 导论

第二章 营销管理任务与营销管理过程

第三章 营销环境分析

第四章 消费者市场分析

第五章 组织市场分析

第六章 市场竞争者分析

第七章 营销信息系统与市场营销调研

第八章 市场需求量的估计和预测

第九章 市场细分化、目标化和定位

第十章 市场地位与营销战略

第十一章 产品生命周期与营销战略

第十二章 国际市场进入战略

第十三章 产品管理与产品发展策略

第十四章 定价方法与定价策略

第十五章 分销策略与渠道管理

第十六章 促销管理与促销策略

第十七章 营销计划、实施与控制

主要参考书目

《现代营销管理(修订版)》

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.tushu111.com