

《市场营销》

图书基本信息

书名：《市场营销》

13位ISBN编号：9787040367379

10位ISBN编号：7040367378

出版时间：2013-2

作者：李东

页数：383

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

《市场营销》

内容概要

《市场营销(高等学校管理类专业基础课程教材)》编著者李东。

《市场营销(高等学校管理类专业基础课程教材)》系统阐述了市场营销的基本理论、方法。本书分为绪论、顾客需求的识别、顾客需求的满足、顾客价值的维护四篇，包括市场营销概述，市场营销的基础架构，营销信息系统与营销调研，市场营销环境分析，顾客价值与消费者行为分析，市场细分、选择及定位，产品策略，价格策略，促销策略，营销渠道策略，服务策略，品牌策略，营销道德与社会责任，客户关系管理，口碑营销等内容。

本书可作为高等院校经济管理类专业本科生教材，亦可作为经济管理类硕士研究生和MBA教学用书，同时也可供从事企业市场营销工作的人员参考或作为培训用书。

《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.tushu111.com