

《市场学原理(第二版)》

图书基本信息

书名：《市场学原理(第二版)》

13位ISBN编号：9787306013545

10位ISBN编号：7306013548

出版时间：1997-8-1

出版社：中山大学出版社

作者：傅汉章,何永祺

页数：520

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

《市场学原理(第二版)》

内容概要

编辑推荐：本书是我们的《市场学原理》（中山大学出版社1989年出版）的第二版。本书充分反映了近年来国内外市场营销理论的最新研究成果和市场营销策略和方式、方法上的新经验和新发展，以适应世纪之交我国逐步实施社会主义市场经济，培养跨世纪市场营销人才，把市场营销工作越做越细之需要。

《市场学原理(第二版)》

书籍目录

- 第一章 市场营销概述
- 第二章 市场营销环境
- 第三章 消费者市场
- 第四章 产业市场
- 第五章 市场细分、目标市场选择和市场定位
- 第六章 产品及产品策略
- 第七章 产品生命周期策略
- 第八章 产品的商标与包装
- 第九章 价格和价格策略的制定
- 第十章 商品销售渠道与实体分配
-

《市场学原理(第二版)》

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