

《现代市场营销学案例教程》

图书基本信息

书名：《现代市场营销学案例教程》

13位ISBN编号：9787811230338

10位ISBN编号：781123033X

出版时间：2007-6

出版社：北京交通大学

作者：赵兴军主编

页数：268

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

《现代市场营销学案例教程》

内容概要

《现代市场营销学案例教程》

书籍目录

第一篇 绪论第一章 市场营销概述第一节 市场营销的含义一、市场营销的定义二、市场营销的核心概念三、市场营销管理第二节 市场营销的产生与发展一、市场营销的产生与发展二、市场营销在中国三、市场营销理论的实践应用本章小结复习思考题第二章 营销观念第一节 营销观念的演变及发展一、生产观念二、产品观念三、推销观念四、市场营销观念五、社会营销观念第二节 传统营销观念与现代营销观念的区别一、现代企业营销观念体系二、现代市场营销观念与传统市场营销观念的根本区别本章小结复习思考题第二篇 市场分析第三章 市场营销环境分析第四章 消费者市场及其购买行为第五章 组织市场及其购买行为第六章 市场调查第三篇 市场战略第七章 市场竞争战略第八章 目标市场营销第四篇 市场营销组合战略第九章 产品策略第十章 产品价格策略第十一章 分销渠道策略第十二章 促销策略第十三章 市场营销组合第五篇 拓展市场营销第十四章 国际市场营销第十五章 市场营销的新领域与新概念参考文献

《现代市场营销学案例教程》

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