

<<市场营销理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<市场营销理论与实务>>

13位ISBN编号：9787303100088

10位ISBN编号：7303100083

出版时间：2009-8

出版时间：北京师范大学出版社

作者：王效东

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：<http://www.tushu007.com>

<<市场营销理论与实务>>

内容概要

《市场营销理论与实务》紧密结合我国市场营销的发展现状和营销实践，广泛吸收和借鉴了近年来国内外教材的大量素材和相关资料，系统地介绍了市场营销的基本理论和实务知识。

《市场营销理论与实务》共分十一章，章节内容安排逻辑严密，具体包括市场营销学概论、市场营销调研与预测、市场购买行为分析、目标市场营销、市场营销战略、产品决策、定价决策、渠道决策、促销决策、市场营销道德、市场营销理论的新发展，内容全面，叙述精炼，侧重实用性和实践性，并附有案例分析和章节思考题以及练习题。

《市场营销理论与实务》适用于高等职业院校、高等专科学校、成人高校及本科院校举办的职业技术学院的经济管理类各专业教师和学生，以及各类企事业单位从事经济、贸易、管理等方面工作的从业人员，也可作为参加国家营销师（三级）考试的辅导教材。

<<市场营销理论与实务>>

书籍目录

第一章 市场及市场营销导论案例导读第一节 市场与市场营销第二节 营销管理与销售第三节 市场营销观念第四节 顾客让渡价值理论第五节 新世纪的市场营销本章小结案例分析营销新思维思考题学习加油站第二章 市场营销环境分析案例导读第一节 市场营销环境概述第二节 市场营销微观环境分析第四节 市场机会分析本章小结案例分析营销新思维思考题学习加油站第三章 市场营销调研与市场预测第四章 消费者市场和购买行为分析第五章 组织市场和购买行为分析第六章 目标市场营销战略……

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:<http://www.tushu007.com>