

市场营销学



[市场营销学_下载链接1](#)

著者:王方华

出版者:上海人民出版社

出版时间:2003-12-1

装帧:平装(无盘)

isbn:9787208049994

本稿为“上海交通大学工商管理系列教材”之一。本教材较为全面系统地介绍了市场营销学的基本学科体系、原理和方法，从营销概念、营销环境、市场调研、市场细分、市场定位、营销策略、营销管理和控制，基本上按照管理学关于计划、组织、领导和控制的线索展开，在吸纳国外已有成果的同时，结合本国的教学实践，在结构安排、内容选择、理论与实践相结合等方面都具有较为明显的中国特色，是一本很好的市场营销入门教材。

作者介绍:

目录: 总序

前言

第1章 市场与市场营销

第2章 市场营销观念

第3章 市场营销环境

第4章 市场的购买行为

第5章 市场营销调研

第6章 市场需求预测
第7章 目标市场营销
第8章 市场竞争策略
第9章 产品策略设计
第10章 价格策略设计
第11章 渠道策略设计
第12章 促销策略设计

.....

参考文献

• • • • • (收起)

[市场营销学_下载链接1](#)

标签

艺术管理

艺术产业

文化产业

评论

[市场营销学_下载链接1](#)

书评

[市场营销学_下载链接1](#)