

营销管理



[营销管理 下载链接1](#)

著者:郭国庆

出版者:

出版时间:2002-2-1

装帧:平装(无盘)

isbn:9787810840194

全书可分为五个部分：第一部分主要对营销的基本理念、市场与市场环境、市场购买行为进行分析与阐述；第二部分主要论述营销调研、市场需求预测、市场细分与市场定位；第三部分是营销组合策略，主要阐述了产品策略、服务策略、定价策略等等，是全书的核心内容；第四部分主要内容有营销计划与公司计划的制定、营销组织的设计、营销活动的控制。第五部分是营销管理的新发展，第16章论述了国际营销、绿色营销、电子商务、特许经营、客户关系管理等营销新领域的发展。

作者介绍:

目录:
第1章 营销和营销管理
第2章 市场与市场营销环境
第3章 市场购买行为分析
第4章 营销调研与衡量、预测市场需求
第5章 确定和选择目标市场
第6章 营销中的产品策略
第7章 公司的服务营销

第8章 定价策略与方法
第9章 选择与管理营销渠道
第10章 营销沟通与促销组合
第11章 广告设计与媒体选择
第12章 直复营销、销售促进与公关
第13章 营销队伍的设计与管理
第14章 公司战略与营销计划
第15章 市场营销的组织与控制
第16章 营销管理的新发展
参考书目
后记
· · · · · (收起)

[营销管理 下载链接1](#)

标签

营销

评论

[营销管理 下载链接1](#)

书评

[营销管理 下载链接1](#)