

# 市场营销管理



[市场营销管理\\_下载链接1](#)

著者:韩德昌

出版者:天津大学出版社

出版时间:2004-7-1

装帧:平装(无盘)

isbn:9787561817216

本书从分析市场营销观念入手,以现代市场营销战略和策略为主线,介绍营销环境、消费者行为、竞争者研究及竞争战略、目标市场及营销组合战略、产品策略、定价策略、定价方法、人员促销、广告促销、公关促销、营业推广促销、分销渠道策略、营销组织与管理等多方面内容,既介绍理论与实践知识,又介绍典型案例和近期中外研究成果,既有相关原则、方法、手段等内容,又有相关制度、组织机构和人员素质等情况。全书体系完整,观点清楚,夹叙夹议,引人入胜,简明扼要,生动感人,通俗实用。该书既适合大专院校相关专业做教材,又适合市场营销和管理人员、经济工作者阅读。

作者介绍:

目录:第一章 市场营销与营销理念  
第二章 市场营销战略  
第三章 营销环境分析  
第四章 消费者经济行为  
第五章 竞争者研究及竞争战略  
第六章 目标市场及营销组合战略

- 第七章 产品策略
- 第八章 定价策略
- 第九章 定价方法
- 第十章 人员促销
- 第十一章 广告促销
- 第十二章 公共关系促销
- 第十三章 营业推广促销
- 第十四章 分销渠道策略
- 第十五章 营销组织与管理
- 参考文献
- 后记
- • • • • [\(收起\)](#)

[市场营销管理\\_下载链接1](#)

## 标签

## 评论

嗨，老韩~书写的一般，还是你讲的好。

-----  
[市场营销管理\\_下载链接1](#)

## 书评

-----  
[市场营销管理\\_下载链接1](#)