

市场营销管理



[市场营销管理_下载链接1](#)

著者:王方华^等

出版者:上海交通大学出版社

出版时间:2003-1

装帧:简装本

isbn:9787313031594

本书依据管理学的系统思路，采用理论与案例相结合的方式，用以说明中国市场营销管理中的重大问题。全书共分六章。第一章揭示了市场营销的基本含义和管理学的学科性质。第二章阐述了市场营销的基本含义和管理学的学科性质。第二章阐述了市场营销的环境分析和营销计划的制订。第三章就市场营销的各种策略展开了讨论。第四章是关于市场营销组织的类型、设计以及与其他部门的相互关系。第五章介绍了市场营销控制的核心工作，包括计划控制、营销组合控制等。第六章分析了市场营销的发展与展望，其中包括技术营销、绿色营销、整合营销、服务营销、全球营销等。

本书以企业管理人员和MBA的学生为主要读者对象，全面系统地阐述了市场营销的核心内容，具有很强的理论性和实际应用价值。

作者介绍:

目录:

[市场营销管理 下载链接1](#)

标签

评论

[市场营销管理 下载链接1](#)

书评

[市场营销管理 下载链接1](#)