

市场营销管理



[市场营销管理_下载链接1](#)

著者:金永生

出版者:机械工业

出版时间:2003-9

装帧:

isbn:9787111128779

《市场营销管理》比较详尽地介绍了市场营销管理的起源与发展，论述了市场营销观念的演变，企业营销规划与营销管理过程，市场及营销环境分析，营销调研的方法、技术与过程控制，消费者购买行为与决策过程，市场竞争战略，市场细分化与目标市场选择，整合营销传播战略，产品组合与产品策略，品牌定位、管理与品牌策略，定价的基本程序、基本策略与技巧，分销渠道的职能、类型与管理，物流的营销职能、存货控制与物流策略，促销组合与广告效果测定，市场营销计划、组织与控制，市场营销的特点、分类及步骤，网络营销及其策略等内容。全书在内容选择及逻辑组织上循序渐进，尽量保持理论概念展开与操作技能叙述的相对完整性，力求满足营销理论知识的前瞻性、方法技能普适性与案例材料实用性的要求，并在每章配有引例、案例分析及思考题。

《市场营销管理》可作为普通高等院校经济管理类专业教材，也可供有关研究人员、企业营销经理等阅读和参考。

作者介绍:

目录:

[市场营销管理_下载链接1](#)

标签

教材

评论

就剩最后十多页，我终于看完了！！！！

[市场营销管理_下载链接1](#)

书评

[市场营销管理_下载链接1](#)