

# 现代市场营销学



[现代市场营销学\\_下载链接1](#)

著者:兰苓

出版者:首都经济贸易大学出版社

出版时间:2005-1

装帧:简装本

isbn:9787563809608

《高等院校经济与管理核心课程经典系列教材·现代市场营销学》共分14章，基本按照市场营销管理过程来组织内容。从介绍市场观念入手，探讨了企业市场营销环境、购买者行为规律、市场细分和目标市场以及企业战略和战略性营销规划等方面的问题，介绍了营销研究和需求测量、预测等方法，重点讨论了企业产品策略、价格策略、营销渠道策略、促销策略的制定和实施，以及企业的营销组织和营销控制，并对国际市场营销和服务市场营销分别进行了剖析。

作者介绍:

目录:

[现代市场营销学\\_下载链接1](#)

## 标签

现代市场营销学

## 评论

闪哥

-----  
[现代市场营销学\\_下载链接1](#)

## 书评

-----  
[现代市场营销学\\_下载链接1](#)