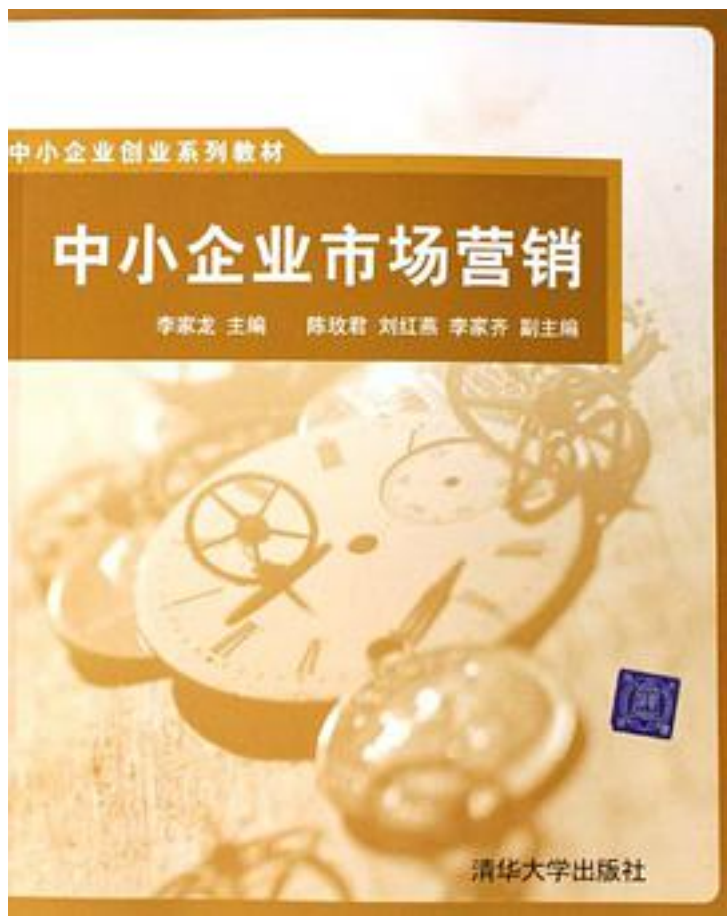


中小企业市场营销



[中小企业市场营销_下载链接1](#)

著者:李家龙

出版者:清华大学

出版时间:2006-3

装帧:

isbn:9787302123873

本书为创业初期的中小企业开辟了一条通往发展与成世的快速知道通道，使广大中小企业的创业者、从业者和有志创业的年轻人能在最短的时间内把握市场营销的知识体系。本书分4个部分13章，系统地介绍了市场营销知识：第一部分为“导论”，介绍了“认识市场营销与市场营销管理”和“营销调研的技术与方法”；第二部分为“分析市场及

营销机会”，介绍了“分析市场环境，寻求市场机会”、“分析购买行为与寻找顾客”、“选择产品”和“定向市场”；第三部分为“促销策略”，介绍了“产品定价”、“营销渠化”、“营销观念与理论的演进”和“现代营销思想与营销道德”。

作者介绍:

目录:

[中小企业市场营销_下载链接1](#)

标签

营销

评论

[中小企业市场营销_下载链接1](#)

书评

[中小企业市场营销_下载链接1](#)