

营销管理



[营销管理_下载链接1](#)

著者:陈洪安

出版者:

出版时间:2008-5

装帧:

isbn:9787562821250

《高等院校网络教育系列教材·营销管理》针对21世纪的新形势来论述营销管理。全书广泛收集了国内外营销管理研究的最新成果，从企业市场营销管理实践与营销管理的理论逻辑起点出发，对营销管理的发展趋势、经典理论、基本方法作前瞻性的总结 and 介绍，力求科学、系统地阐述营销管理的基本理论、基本知识和基本方法，重在培养学生的思维能力和实践能力，具有系统性、科学性、前瞻性、实践性的特点。全书分为十五章，包括绪论、市场分析、市场战略、市场组合策略、分销渠道策略、品牌、商标、包装策略、价格策略、网络营销和国际营销市场等内容。《高等院校网络教育系列教材·营销管理》作者均长期从事市场营销的教学和研究，同时为国内外企业提供营销咨询和培训。

作者介绍:

目录:

[营销管理_下载链接1](#)

标签

评论

[营销管理_下载链接1_](#)

书评

[营销管理_下载链接1_](#)