

现代营销管理



[现代营销管理_下载链接1](#)

著者:吴佩勋

出版者:

出版时间:2009-1

装帧:

isbn:9787310030774

《现代营销管理》共分为3篇十一章，内容上力求具备针对性、适应性、实用性，能够体现中国实际情况；而表达上则力求深入浅出，并结合大量的课外资料、实际案例，以期读者能够在理论学习的基础上，对现实情况有更为感性的、直接的认识；同时，《现代营销管理》在撰写过程中格外注重篇章顺序的编排，从基础到学科研究，从理论到运营，以求符合学习认知的规律，使逻辑性更强，让整《现代营销管理》更具有体系感，条理更加清晰。营销管理导论、市场营销环境分析、市场营销调研、市场细分和选择目标市场、需求与购买行为分析，这些是营销管理的基础内容。第二篇从价值的角度介绍传统的4P，包括创造价值、传递价值和传播价值，再加上近两年非常热门的话题——品牌营销。第三篇是现代营销篇，包括整合营销传播和营销管理的新发展，带给读者更多新的观点和理念。

作者介绍:

目录:

[现代营销管理_下载链接1](#)

标签

不催

评论

[现代营销管理_下载链接1](#)

书评

[现代营销管理_下载链接1](#)