

DASAR-DASAR PEMASARAN : Edisi kesembilan jilid 2

Buku ini menyajikan cakupan yang diperluas, menyangkut teknologi baru yang merevolusi praktek-praktek pemasaran dan cara-cara perusahaan berhubungan dengan pelanggannya, mitra pemasaran, dan dunia sekitarnya.

Lebih, setiap bab mulai dari yang pertama hingga terakhir menyajikan materi yang menyangkut riset internet dan realita maya yang menunjukkan pengujian produk baru, hingga pendekatan teknologi terkini dengan e-commerce.

Secara garis besar buku berisi tentang:

Bab 3 pengembangan bauran pemasaran

Bab 4 mengelola pemasaran

