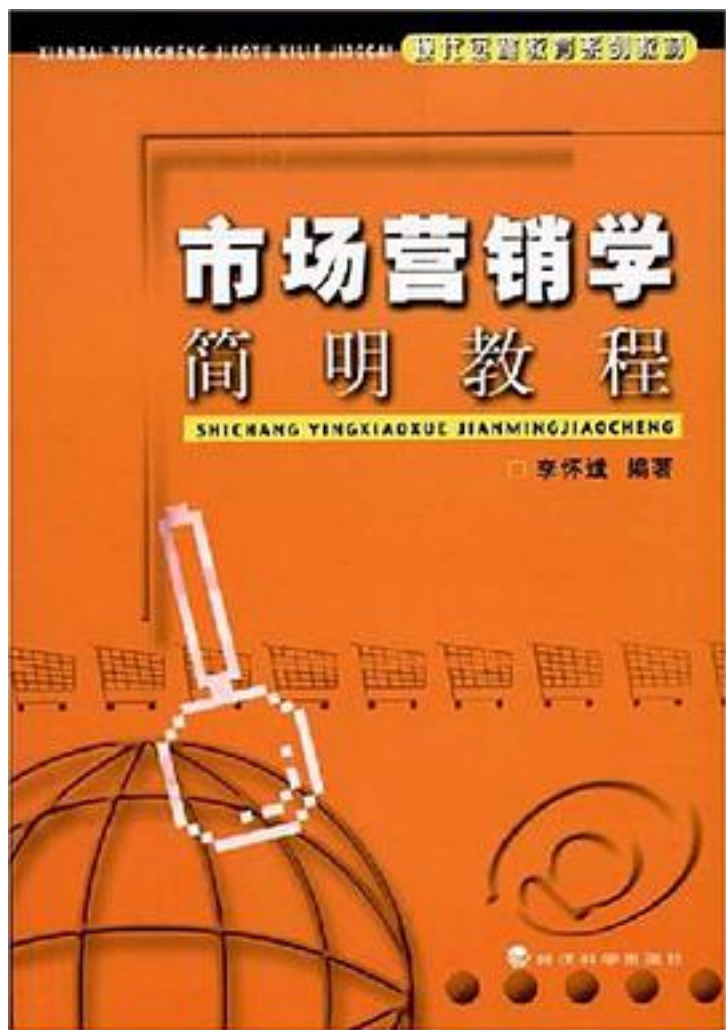


# 市场营销学简明教程



[市场营销学简明教程\\_下载链接1\\_](#)

著者:李怀斌

出版者:经济科学出版社

出版时间:2003-8

装帧:

isbn:9787505837140

《现代远程教育系列教材·市场营销学简明教程》按教材体例编写。为了增强其简明性

、可读性和科学性，适应教学（特别是远程开放教育）的特点和要求，在构建《现代远程教育系列教材·市场营销学简明教程》的框架体系时，按照市场营销各个部分的逻辑关系和市场营销的业务流程，把全书精缩为8章，其内容概括为四个有机的部分：第一部分（第1-2章），从整体和基础的角度，主要概述了市场营销的发展历史，营销与营销管理的流程和导向，以及营销的战略策划等；第二部分（第3-4）章，从外向的视角，以市场和客户为中心，分层次分析了营销的大环境和市场；第三部分（第5-7章），在明确环境与市场要求的基础上，有针对性地介绍了适应环境，争取市场的具体营销战略与策略；第四部分（第8章），从市场营销全程动态监控的角度，简述了对市场营销进行组织和控制的管理实务。在《现代远程教育系列教材·市场营销学简明教程》的具体内容安排上，既有对市场营销一般原理的理论阐发，又有具体可行的实际办法介绍。

作者介绍:

目录: 第1章 理解市场营销与市场营销管理

1.1 市场营销

1.2 市场营销管理

1.3 市场营销在国内外的的发展

本章小结

关键名词

课后作业

分析题

案例题

第2章 市场营销导向与战略策划

2.1 市场营销的导向

2.2 市场营销战略策划

本章小结

• • • • • (收起)

[市场营销学简明教程\\_下载链接1](#)

标签

评论

-----  
[市场营销学简明教程\\_下载链接1](#)

# 书评

-----  
[市场营销学简明教程\\_下载链接1](#)