市场营销学概论

市场营销学概论_下载链接1_

著者:张雁白

出版者:经济科学出版社

出版时间:2005-9

装帧:简装本

isbn:9787810785433

为了适应高职高专市场营销类专业教学的需要，培养有特色的高职高专教材，我们在“对外经济贸易大学出版社21世纪高职高专（财经类）系列教材编委会”指导下，组织全国部分职业学院的教师，编写了本教材。
本书在编写过程中，力求突出以下特点：（1）突出能力培养。坚持以提高学生整体素质为基础，以培养学生市场营销综合能力特别是创新能力和实践能力为主线，强调实用性和针对性，以使学生毕业后即能够适应新型企业市场营销工作的需要；（2）突出新颖性性。编写时，我们注意到学科的最新发展，吸收最新的研究成果和最新营销实例，总体和探讨最新的营销技术，以增强教材的适应性；（3）突出教程性。如在结构、体例上，作者大量运用图表、案例等形式，进行了新的尝试，力求有所突破，突出教材就是“学材”的特点。这不仅有利于丰富教学内容，活跃课程气氛，还有利于强化理论与实际的结合、学习知识开发智力的结合、动脑思考和动手操作的结合。

本书可作为高职高专市场营销类专业学生教材，也可供从事营销工作人员学习参考。

作者介绍:

目录:

市场营销学概论_下载链接1_

标签

评论

市场营销学概论_下载链接1_

书评

市场营销学概论_下载链接1_