

市场营销学案例



[市场营销学案例_下载链接1](#)

著者:盛敏

出版者:清华大学出版社

出版时间:2005-9

装帧:简装本

isbn:9787302115113

本书是《市场营销学》(第2版)(清华大学出版社2005年3月出版)的配套案例教材,在编写过程中特别注重理论性和可操作性的有机结合,充分考虑到将读者的理解能力与社会现实进行有效的衔接;案例筛选时紧扣时代脉搏,注重经典性和现实性的结合;分析中注重激发思考,把握学习的关键在于如何寻找思考的着眼点,建立合适的思维方式,从案例的脉络中引导读者从不同的角度进行更为全面的思考和决策。

该教材的结构符合大部分市场营销学基础教材的结构体系和教学进程安排,是一本应用范围很广的配套教材。编写者都是长期从事市场营销教学和科研的教师,初稿在不同专业和年级的学生中进行过试用和讨论,并在此基础上进行过多次修改。本书一共18章,

每章开头都概括性地阐述了本章的基本知识点，章末又附加了相关的思考题，也是一本可以独立使用的案例教材。另外，本书还配备了相关的电子教案(可从<http://www.tupwk.com>下载)，不仅适合高等院校市场营销、工商管理专业的本科生和研究生，也适合企事业单位和个人用作培训教材或自学读本。

作者介绍:

目录:

[市场营销学案例_下载链接1](#)

标签

营销

商业

评论

分析挺到位的

[市场营销学案例_下载链接1](#)

书评

[市场营销学案例_下载链接1](#)