

市场营销学



[市场营销学_下载链接1](#)

著者:林祖华

出版者:中国时代经济出版社

出版时间:1970-1

装帧:简装本

isbn:9787801698834

本书主要有以下几个特点：

- 1
强调针对性。目前高职高专院校使用的教材基本上的是本科教材、原专科教材和成人高校教材或是其压缩版，不适合广大高职高专学生学习和使用。因此，本教材特别强调针对性，以必需、够用为度。
- 2
注重技能性。依据高职高专教育的培养宗旨和人才培养模式的基本特征，围绕市场营销职业岗位要求，着力于对学生综合运用营销理论分析、解决营销实际问题能力的培养。
- 3
突出实用性。高职高专教育属于大众化教育，旨在培养适应我国社会主义市场经济体制下新型企业市场营销岗位第一线需要，具有市场营销综合能力的高等应用性专门人才，学生毕业后，绝大多数要进入营销岗位就业或者自己去创业，因此，本教材内容突出实用性。

4

坚持前瞻性。一方面充分吸收本学科海内外最新教科书，最新科研成果和最新营销实践经验、举措和案例；另一方面把这些新内容与高职高专教育教学要求及学生的接受能力结合起来，以强化教材的科学性、先进性和适应性。

5

体系新颖性。增加导入案例、中间案例、课后思考案例等栏目，设置课堂讨论题、复习思考题，以强化理论与实际的结合，学习知识与开发智力的结合、动脑思考与动手操作的结合，真正体现高等职业教育的特色。

作者介绍:

目录:

[市场营销学_下载链接1](#)

标签

评论

[市场营销学_下载链接1](#)

书评

[市场营销学_下载链接1](#)