

市场营销



[市场营销_下载链接1](#)

著者:吴勇邵国良

出版者:蓝色畅想

出版时间:2007-8

装帧:简装本

isbn:9787040164282

《市场营销》是普通高等教育“十五”国家级规划教材(高职高专教育),也是高等职业教育技能型人才培养培训工程系列教材之一。《市场营销》是依据教育部《高职高专教育市场营销专业人才培养目标及基本规格》,借鉴近年来高职高专教育相关专业技能型人才培养和教学改革经验,吸收市场营销学界最新的理论成果和企业界日新月异的营销实践编写而成的。《市场营销》主要包括:市场营销概述,市场分析,市场营销环境分析,购买者行为分析,市场细分与定位,市场营销组合策略,产品策略,定价策略,分销渠道,促销策略,市场营销组织、执行与控制。《市场营销》体系完整,资料新颖,理论以“必需、够用”为度,强调“案例教学”。通过学习《市场营销》,学习者可以较好地掌握市场营销的基本理论、基本方法和基本技能。

《市场营销》适用于高等职业院校、高等专科学校、成人高校、民办高校及本科院校举办的二级职业技术学院市场营销专业及其他相关专业的教学,也可供五年制高职、中职学生使用,并可作为社会从业人士的参考读物。

作者介绍:

目录:

[市场营销_下载链接1](#)

标签

评论

[市场营销_下载链接1](#)

书评

[市场营销_下载链接1](#)