

# 市场营销与策划



[市场营销与策划\\_下载链接1](#)

著者:李世杰

出版者:清华大学出版社

出版时间:2006-9

装帧:简装本

isbn:9787302136842

本书根据高职教育的特点，对市场营销与策划的理论、技术、方法和策略进行了通俗易懂的阐述。全书共分十四章，主要内容包括：市场营销策划概论、市场营销调研策划、市场营销环境分析、市场营销战略策划、市场定位策划、市场竞争策划、企业形象策划

、顾客满意策划、产品策划、价格策划、分销策划、促销策划、市场营销创新策划、市场营销管理策划等，既全面反映了市场营销学的基本原理，又融入了市场营销策划的前沿观点、创新技巧和鲜活案例。为了便于学生自学和教师讲授，每章都设有“教学目的和要求”、“关键词汇”、“教学重点和难点”、“知识结构图表”、“案例分析或点评”、“习题与思考题”、“模拟实训题”等内容。  
本书可作为高职高专院校经济与管理类各专业的教材或参考书，也可作为企业营销管理人员的培训教材。

作者介绍:

目录:

[市场营销与策划\\_下载链接1](#)

标签

评论

-----  
[市场营销与策划\\_下载链接1](#)

书评

-----  
[市场营销与策划\\_下载链接1](#)