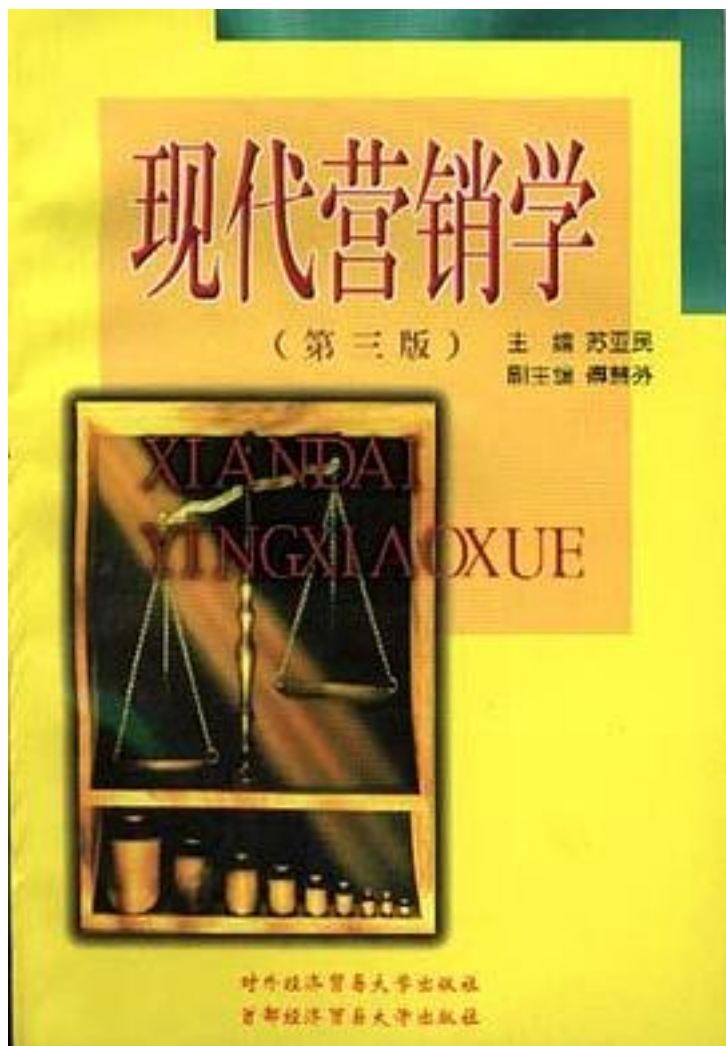


# 现代营销学



[现代营销学\\_下载链接1](#)

著者:张炳达、陈渊、刘婷婷

出版者:立信会计出版社

出版时间:2006-9

装帧:简装本

isbn:9787542917164

本书为“21世纪高职高专通用规划教材”之一，全面系统地介绍了现代营销学的基本概念和原理。内容包括：市场营销学的产生和发展、市场营销环境分析、市场争夺策略、消费者消费需求与消费行为分析、市场细分与目标市场营销、市场营销组合策略、社会文化与营销以及市场营销的新发展等。本书内容简明扼要、深入浅出、通俗易懂，具有很强的可读性。

本书主要介绍现代营销学的基本概念和原理。具体内容包括：市场营销学的产生和发展、市场营销环境分析、市场争夺策略、消费者消费需求与消费行为分析、市场细分与目标市场营销、市场营销组合策略(包括产品、定价、渠道、促销决策)、社会文化与营销以及市场营销的新发展等。

本书的最大特点是：体例新颖、内容简明扼要，能贯彻理论联系实际的思想，大量运用案例来深入浅出地阐述市场营销的基本原理，内容的实用性强，富有时代气息。

本书是21世纪高职高专通用规划教材之一，主要为高等职业教育而编写，但由于作者在内容和体例上都作了不少创新，故本书也适用于高等院校的其他各类学生，并可作为工商企业经营管理干部培训以及成人高等教育教学用书。

作者介绍:

目录:

[现代营销学\\_下载链接1](#)

标签

评论

-----  
[现代营销学\\_下载链接1](#)

书评

