

# 市场营销学



[市场营销学\\_下载链接1](#)

著者:周玉泉

出版者:清华大学

出版时间:2007-6

装帧:

isbn:9787302153726

本书是根据高职高专人才培养的目标和要求编写的，同时参照了劳动和社会保障部于2006年颁发的《营销师国家职业标准》，突出了“以职业活动为向导，以职业能力为核心”的指导思想。本书内容包括：市场营销学导论、市场营销环境分析、市场调研和预测、市场营销战略、目标市场策略、产品策略、价格策略、分销渠道策略、促销策略、市场竞争战略、市场营销学的新发展等。

本书是在每一章都有针对性地配备了导入案例和分析案例，取材新颖、思维创新，较充分地反映了现代市场营销学的新发展。

本书是为高职高专经济类、管理类专业师生所编写的，也可作为非经济类专业的营销教材使用，还可供各类培训班学员和企业的管理人员参考。

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](#)