

市场营销学



[市场营销学_下载链接1](#)

著者:祖立厂，范应仁主

出版者:科学

出版时间:2007-9

装帧:

isbn:9787030197443

《市场营销学》着眼于企业营销管理活动的全过程，以营销理念、购买者行为分析、市场定位、营销组合策略、营销管理与控制以及营销诊断与策划等内容为主线，逐步推进市场营销的层面，并结合大量案例，系统地阐释了市场营销学的基本理论、基本规律以及操作实务。尤其是结合实际阐述了如何对企业进行营销诊断和营销策划以及营销费用预算及其控制的基本方法和步骤，以启迪读者的思维。在《市场营销学》编写过程中，编者充分考虑了不同专业读者的基础和专业需要，坚持实用性与超前性统一，突出可操作性。《市场营销学》不仅适用于普通高校的管理、财会、金融、市场营销、人力资源、物流等专业的本、专科教材，也可作为非经济类专业的本、专科及成人高校等的教学用书，还可作为企事业单位管理人员、自学者的培训用书。

作者介绍:

目录:

[市场营销学_下载链接1](#)

标签

经济管理

#教材#营销

评论

[市场营销学_下载链接1](#)

书评

[市场营销学_下载链接1](#)