

市场营销学



[市场营销学_下载链接1](#)

著者:于树青

出版者:

出版时间:2008-6

装帧:

isbn:9787505872431

《高等财经院校成人教育系列教材·市场营销学》是山东教育厅立项的“山东省成人高等教育教学评价与质量监控体系研究”课题项目（课题编号为J05P06）中“财经专业主要课程及其主要教学内容研究与实践”子课题项目系列教材之一。《高等财经院校成人教育系列教材·市场营销学》以需求管理为主线，从三个大的方面构建《高等财经院校成人教育系列教材·市场营销学》体系。第一部分作为导论，主要介绍市场营销学的含义、产生与发展、思想演变过程等一些市场营销学的基本问题，并确立营销管理的大思路步骤；第二部分是市场分析与选择，主要内容定位在营销决策之前的对市场的定性、定量分析，包括环境分析、购买者分析以及市场调查与预测等，在此基础上通过市场细分，找到目标市场，并进行恰当的定位；第三部分是营销组合决策及实施，是市场营销学的核心实务部分，具体阐明产品决策、定价决策、渠道决策、促销决策、广告策略以及营销新动态和中国的市场营销。

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](#)