

市场营销学



[市场营销学_下载链接1](#)

著者:周立功

出版者:

出版时间:2008-6

装帧:

isbn:9787810989367

《市场营销学》主要内容：企业的战略规划是覆盖企业活动各个方面的总体规划，它规定企业的发展目标和基本战略，这是本章首先要阐述的内容；其次，我们要研究企业市场营销管理的全过程，包括分析市场机会、选择目标市场、确定营销组合和管理营销活动四个步骤，这是《市场营销学》的总纲，以后各章基本上按照这一结构安排；最后是市场营销计划，这是企业战略规划在市场营销方面的具体化，是实现市场营销规划的各项职能计划。

“战略”（strategy）一词在中国古已有之，先是“战”和“略”分别使用。“战”指战斗、交通和战争，“略”指策略、谋略、计划。在《左传》和《史记》中已使用“战略”一词，西晋史学家司马彪曾有以“战略”命名的著述。在唐代诗人高适的《高常侍集二·自淇涉黄河途中》有这样的诗句：“当时无战略，此地即边戍。”这里，“战略”一词意为作战的谋略。明代军事家毛元仪编有《武备志》，其中第二部分为《二十一史战略考》。此处“战略”的含义大致是指对战事的谋划。到了清代，北洋陆军督练于1906年编出我国第一部《军语》，把战略解释为“筹划军国之方略也”。

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](#)