

市场营销学理论与实务学习指南



[市场营销学理论与实务学习指南_下载链接1](#)

著者:

出版者:

出版时间:2008-8

装帧:

isbn:9787564016937

《市场营销学理论与实务学习指南》较全面地介绍了市场营销学的核心概念、重点知识

、基本理论及基本方法，并编写相应的练习题。重点培养学习者解决市场实际问题的能力，力求将知识转化为能力。每章有学习目标、学习新知、核心概念、学习重点、知识链接、同步练习及参考答案等栏目。配套由连漪教授主编的《市场营销学——理论与实务》(北京理工大学出版社)一书使用。

全书分为15章、两套综合模拟测试和两个附录。其中包括市场营销导论、战略规划与市场营销管理过程、市场营销环境分析、市场购买行为分析、市场调查与预测、市场竞争战略、目标市场营销战略、产品策略、品牌与包装策略、价格策略、分销渠道策略、促销策略、营销行动管理、营销策划、市场营销新发展等15章的学习指南。附录A为营销分析工具，附录B为营销知识检索。

《市场营销学理论与实务学习指南》为高等院校工商管理类各专业应用型本科生学习辅导书，也可作为高职高专及相关专业学生的学习参考书，亦适用于企业营销人员的培训。

作者介绍:

目录:

[市场营销学理论与实务学习指南_下载链接1](#)

标签

市场营销学

评论

[市场营销学理论与实务学习指南_下载链接1](#)

书评

[市场营销学理论与实务学习指南_下载链接1](#)