

市场营销



[市场营销_下载链接1](#)

著者:

出版者:

出版时间:2008-8

装帧:

isbn:9787303093878

《21世纪高职高专系列规划教材·市场营销》主要内容：市场营销学是一门建立在经济学、管理学、社会学、心理学等相关学科理论基础上的边缘性应用学科，其研究对象是企业的市场营销活动过程，内容包括为满足消费者需求而进行的市场调研、营销环境分析、消费者行为分析、竞争者分析、营销战略、STP战略以及营销组合的设计等营销运作的全过程。在市场竞争尤为激烈的现代社会，市场营销学已成为在包括企业在内的各种社会组织中被广泛应用的学科，也是各类组织员工培训的重要内容。

当今世界，企业面临着越来越复杂的营销环境，且营销环境处于动态变化中，而处于买方市场条件下的企业也面临着异常激烈的市场竞争，这就要求企业营销人员必须全面、系统地学习和把握现代市场营销的基本理论、方法和技巧，并应用于企业营销实践，从而谋求企业的长远发展。此外，信息技术的快速普及以及互联网的大规模发展也为企业的营销决策提出了更高的要求。

从一定意义上说，营销的成败关乎企业的整体经营与发展，因此，具备一定营销理论和营销技能的专业人才在未来人才市场中必将广受欢迎。为了满足高等职业技术学院培养市场型人才的需要，我们编写了这本市场营销学教材。

作者介绍:

目录:

[市场营销_下载链接1](#)

标签

评论

[市场营销_下载链接1](#)

书评

[市场营销_下载链接1](#)