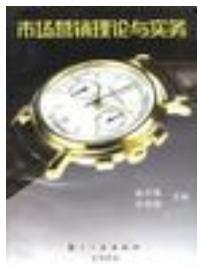


市场营销理论与实务



[市场营销理论与实务 下载链接1](#)

著者:

出版者:

出版时间:2009-3

装帧:

isbn:9787811195439

《市场营销理论与实务》从高职高专院校市场营销学课程的教学要求和特点出发，本着“精讲多练、能力本位”的教学要求，以“理论够用、注重实践”为原则，对市场营销的理论内容进行融合、优化和精炼，突出案例教学。

《市场营销理论与实务》内容全面，形式新颖，具有较强的科学性、系统性、理论性和实用性。《市场营销理论与实务》共十四章，包括市场营销学导论、市场营销和市场营销环境、消费者购买行为分析、市场营销环境分析、目标市场策略、市场营销调研与需求预测、市场竞争分析、市场营销组合策略、产品策略、价格策略、渠道策略、推广策略、国际市场营销、21世纪的市场营销等内容。《市场营销理论与实务》既全面反映了市场营销学的基本内容，又包括了市场营销学的前沿内容。

《市场营销理论与实务》可作为高职高专、成人高校和独立学院经济管理类专业的教材使用，亦可供工商业界人士参考。

作者介绍:

目录:

[市场营销理论与实务 下载链接1](#)

标签

评论

[市场营销理论与实务 下载链接1](#)

书评

[市场营销理论与实务 下载链接1](#)