

市场营销学



[市场营销学_下载链接1](#)

著者:毕思勇 编

出版者:

出版时间:2009-5

装帧:

isbn:9787122038388

《市场营销学(2版)》以科特勒市场营销的基本原理为主线，以切合中国企业和市场需要为指导，以帮助学生树立正确的市场营销观念、提高自身的营销管理能力和营销策划能力为目的，借鉴案例教学的优点，系统阐述了市场营销的基本知识、核心理论以及市场营销发展的新动向。全书共计十一章，从市场营销的发展历史及市场营销观念的发展史出发，重点介绍了影响市场营销工作的宏观和微观环境因素，市场调研、市场细分及目标市场的选择、市场竞争战略、市场营销组合策略（产品策略、价格策略、促销策略、分销策略）和营销管理与控制等内容，每章节前都有先导案例，每章节后均配有同步测试（单选题、多选题、简答题和思考题）和实训项目（营销故事、思维训练、课堂模拟训练、实战演练），以供读者结合理论学习，进行自我检测、分析、思考及借鉴使用。

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](#)