

# 市场营销学



[市场营销学\\_下载链接1](#)

著者:

出版者:

出版时间:2009-7

装帧:

isbn:9787301152577

《市场营销学(项目教学版)》是在对现代市场营销理论进行深入研究和对众多企业的营销实践进行经验总结的基础上编纂而成的。全书共16个模块,包括现代市场营销理论与实务两大部分。理论部分主要介绍市场营销的基础知识、基本理论,包括市场营销入门、现代市场营销理念的构建与企业的营销环境分析、市场细分与目标市场的选择、企业的市场定位与竞争战略、经济全球化背景下现代市场营销理论的创新与发展。实务部分以营销情景为载体,以经典营销案例为支点,以工作任务分析为基础,以学生职业行为能力的培养为目标,详细介绍了企业的市场营销调研、产品策略、价格策略、分销渠道策略、促销策略的制定与应用,在此基础上,简要介绍了营销控制、客户管理、服务营销与国际市场营销的一些实用知识与技能技巧。《市场营销学(项目教学版)》以项目教学的体例格式进行课程内容的编排,结构严谨,脉络清晰,实用性、针对性、可操作性强,符合高职高专学生的特点与“知识+素质+能力”的目标要求,是高职经管类专业培养职业型、应用型、技能型营销人才的主干课程教材,也可作为企业营销人员和管理人员的学习培训教材。

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](#)