

# 市场营销学



[市场营销学\\_下载链接1](#)

著者:曲丽 编

出版者:

出版时间:2009-8

装帧:

isbn:9787302206293

市场营销学独具谋略性、艺术性与实用性，被广泛运用于企业和各类社会组织的运筹、决策和企业形象再造等方面，受到了越来越多的重视。《市场营销学》共分十二章，具体内容包括：市场营销与市场营销学、市场分析、企业战略与市场营销战略规划、市场营销调研和需求预测、市场细分与目标市场战略、产品策略、定价策略、分销渠道策略、推广策略、市场营销组合策略、国际市场营销、市场营销新视点。

《市场营销学》案例丰富、新颖，通过设计各种问题引导学生对理论知识的应用，让学生“走进”实践，做到既生动有趣又能增强学习效果。

《市场营销学》适合作为高等院校工商管理、市场营销、会计学、财务管理、人力资源管理专业的教材，也可供相关从业人员学习参考。

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](#)