

# 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:2009-7

装帧:

isbn:9787811345285

《市场营销理论与实务》共分十二章，主要内容包括市场营销的涵义、市场营销管理观念、市场营销理论的产生与发展、市场营销环境、市场细分与目标市场选择、市场营销与预测、市场竞争及战略、市场营销策略及市场营销管理等。全书结构新颖、内容精练、通俗易懂、深入浅出、实用性强、并将理论讲述、案例分析、实务训练有机结合起来，让学员参与到实际的训练过程中来，增强了学习的兴趣，使本教材的内容更加丰富。市场营销理论是企业经营管理者的必备知识，是市场营销、电子商务、物流管理、财务会计等专业的必修课程。随着市场经济的发展，特别是我国加入WTO以后，该门专业知识课程变得越来越重要，企业经营者对其越来越关注，时至今日已被作为企业经营者的“圣经”，编者在多年讲授本门课程的基础上，结合学生和教学实际特为高职高专相关专业量身定制了这本基础性和实践性都很强的教材。

《市场营销理论与实务》还具有以下几个具体特点：

- 1.知识结构的系统性：《市场营销理论与实务》在内容和章节的框架结构安排上，做到条理清楚，层次清晰，以满足学生的阅读和理解，并强调了理论和实践的结合。
- 2.所选案例的实用性：所选案例均具有代表性，通过案例的实战分析，提高了学员的分析问题和解决问题的能力，拓宽了学员的视野，增强了学员的实战经验和实用能力。
- 3.理论阐述难易适中，精炼适应：根据高职教学的实际，对传统营销理论进行精简，留取较为实用的内容，密切理论联系实际，突出实践性和应用性。

4.形式上具有创新性：每章均设有案例引读和课后案例分析，论述中也链接了较多的案例资料供学员分析讨论，拓展了学员的视野，有助于学生对问题的理解和掌握。

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](#)