

市场营销学



[市场营销学_下载链接1](#)

著者:

出版者:

出版时间:2009-9

装帧:

isbn:9787301152959

《市场营销学》共分十章，全面介绍了市场营销的基本原理和方法，第一章主要介绍了市场营销学的基础理论及营销观念演变的历史；第二章主要介绍影响市场营销活动的宏观环境和微观因素；第三章针对消费者的购买行为进行了分析；第四章介绍企业如何进行市场细分、市场定位及目标市场选择；从第五章到第八章，分别阐述产品策略、价格策略、分销渠道策略和促销策略的运用；第九章结合市场营销理论的新发展，介绍当前市场营销模式的创新；第十章总结市场营销计划的控制与执行过程。

为了更好地满足高职高专“教师精讲、学生多练、能力本位”的新型教学方式的需要，为了培养技能型、应用型人才，切实强化学生的综合职业能力，我们依据教育部《高职高专教育市场营销专业人才培养目标及基本规格》，借鉴近年来高职高专的教学改革经验，编写了这本《市场营销学》教材。

《市场营销学》内容新颖、结构清晰、语言严谨，既可作为高等专科学校、职业技术学院和成人高校经济管理类专业学生的通用教材，也可作为市场营销工作者的业务参考书。

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](#)