

市场营销学



[市场营销学_下载链接1](#)

著者:万志坚 编

出版者:

出版时间:2009-8

装帧:

isbn:9787562449317

《市场营销学》是一门实践性很强的课程。《市场营销学》将理论讲授、案例分析、思考练习及学生实践有机结合，以学生为中心，注重实践能力培养。通过本课程的学习，使学生懂得并掌握现代营销基础理论、基本营销技能，并能灵活加以应用，为将来从事市场营销及相关管理活动奠定基础。《市场营销学》共分10章，分别讲授市场营销理论基础、市场营销环境与需求预测、消费与竞争分析、目标市场决策、产品策略、价格策略、分销策略、促销策略、市场营销组织与管理、市场营销创新与发展。

根据教材特点，《市场营销学》既可作为应用本科经济管理类及相关专业的教材，也可作为企业营销管理工作人员的培训用书。

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](#)