

市场营销



[市场营销_下载链接1](#)

著者:

出版者:

出版时间:2010-1

装帧:

isbn:9787111288442

《市场营销(第2版)》主要面向高职高专学生，以培养应用型人才为目标，以“精讲多练、能力本位”的教学要求为准则，对营销学的理论内容进行了优化、精练。全书体例新颖、内容简洁、案例丰富，并将近年来企业界、学术界的最新动态有机地穿插到各部分内容中，从而在较为成熟的营销学框架之上，构筑出较为新颖、充实的内容体系，具有较强的时代感，可以更好地启发学生思维，激发学习兴趣，便于学生掌握和运用市场营销学的基本理论和方法。

全书共分12章，主要内容包括：认识营销的世界；关注营销环境，捕捉企业商机；分析顾客需求及购买行为；市场调查为决策提供依据；市场细分与目标市场营销：竞争分析及企业对策：产品——企业营销的基石；定价——关乎企业的利润；分销——攻占市场的桥头堡；促销——与消费者沟通的纽带；网络营销；服务市场营销。为便于学习，每节均配有引导案例，每章后附有本章小结、复习思考题、实践训练题、案例分析。

《市场营销(第2版)》将营销理论与企业实践紧密结合，深入浅出、重点突出，适用于高职高专及成人高等院校各专业学生的学习需要，还可供企业管理人员和企业营销人员参考使用。

作者介绍:

目录:

[市场营销_下载链接1](#)

标签

评论

[市场营销_下载链接1](#)

书评

[市场营销_下载链接1](#)