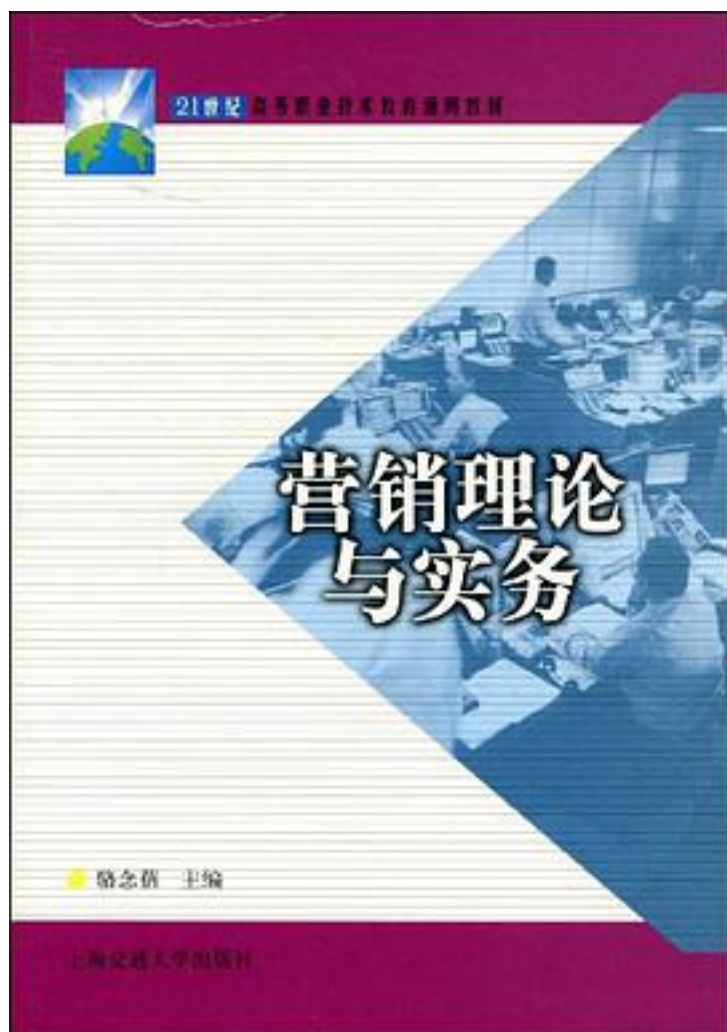


营销理论与实务



[营销理论与实务_下载链接1](#)

著者:

出版者:

出版时间:2010-2

装帧:

isbn:9787030266200

《营销理论与实务》的编写体现了高职高专教育产学结合、注重能力培养的要求，对营

销的理论内容进行了优化、精练，每章以营销格言引起学生对本章内容的思索，以案例导入课程内容来加深对课程内容的理解，增加了背景资料与案例以启发学生学习，增强对所学内容的理解，并且教材体系新，有利于学生掌握市场营销学的基本理论与方法。

全书共分11章，包括3大部分。第1部分讲述市场营销基础理论，包括市场营销概述、市场营销环境、市场分析、消费者行为和竞争者分析、目标市场营销；第2部分讲述市场营销策略，包括产品策略、价格策略、渠道策略和促销策略；第3部分讲述市场营销管理。

《营销理论与实务》将营销理论与营销实践有机结合，注重学生营销能力的培养，适合高职高专院校经济管理类专业的师生使用，也可供企业管理人员和从事市场营销工作的人员参考使用。

作者介绍:

目录:

[营销理论与实务_下载链接1](#)

标签

评论

[营销理论与实务_下载链接1](#)

书评

[营销理论与实务_下载链接1](#)