

新编市场营销学



[新编市场营销学_下载链接1](#)

著者:刘丽霞 编

出版者:

出版时间:2010-3

装帧:

isbn:9787811179729

《新编市场营销学》是依据教育部高教司颁布的工商管理类专业核心课程教学基本要求编写的，涵盖了工商管理类专业学习本课程所应掌握的基本知识点、基础理论与基本技能，并适当介绍了一些营销理论的新领域和新观念。《新编市场营销学》主要介绍了市场营销与市场营销学、顾客满意与顾客让渡价值、市场营销环境、市场营销调研与预测、消费者购买行为分析、市场竞争分析、目标市场营销、市场营销组合与营销管理、产品策略、品牌策略、价格策略、渠道策略、促销策略和服务营销等内容。

《新编市场营销学》既可作为应用型本科院校和高职高专院校的教科书，又可作为各类相关培训及市场营销从业人员的参考书。

作者介绍:

目录:

[新编市场营销学_下载链接1](#)

标签

教材

评论

2011年7月20号读完。书编得不错，讲得挺细的。

选修课%%

[新编市场营销学_下载链接1](#)

书评

[新编市场营销学_下载链接1](#)