

《市场营销学》

图书基本信息

书名：《市场营销学》

13位ISBN编号：9787560927626

10位ISBN编号：7560927629

出版时间：2002-08-01

出版社：华中理工大

作者：李世宗 黄金火等

页数：248

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《市场营销学》

内容概要

《市场营销学》是普通高等教育“十五”国家级规划教材，并且是高等教育百门精品课程教材建设计划精品项目的主教材。《市场营销学》第一版获得2002年全国普通高等学校优秀教材一等奖，《市场营销学》第二版获得第七届全国高校出版社优秀畅销书一等奖。与《市场营销学》配套出版的，还有《学习指南与练习》、《市场营销经典案例》以及“市场营销学教学课件”。2005年开始，在高等教育出版社教学服务网，推出虚拟课堂，刊登教学资料，配备资深教师负责组织本门课程的教学活动。

《市场营销学》依据工商管理类核心课程——市场营销学教学基本要求编写，从当代市场营销理论与实务发展的现状出发，博采众长，坚持理论与实践相结合、叙述与评价相结合、论证与个案相结合，全面介绍了市场营销的基本理论、策略和方法，具有一定的创新性、前瞻性和较强的实用性。

《市场营销学》可作为高等学校工商管理类专业本科生教材，也可供营销人员阅读参考。

《市场营销学》

书籍目录

- 第一章 市场营销导论
- 第二章 营销观念
- 第三章 市场营销的环境
- 第四章 购买者行为分析
- 第五章 市场调查与预测
- 第六章 目标市场战略
- 第七章 产品策略
- 第八章 价格策略
- 第九章 分销渠道策略
- 第十章 促销策略
- 第十一章 服务市场营销
- 第十二章 企业市场营销的组织、执行与控制
- 参考书目

《市场营销学》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com