

《市场营销学》

图书基本信息

书名：《市场营销学》

13位ISBN编号：9787542904058

10位ISBN编号：7542904051

出版时间：1999-10-01

出版社：立信会计出版社

作者：朱成钢

页数：341

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(第3版)》内容简介：《市场营销学》（第二版）出版至今已有三年，在三年中，读者的要求在不断提高，作者的认识也在不断增长，加之出版发行的面在扩大，因此各方面都意识到再行修订的必要，以进一步满足广大读者的要求。在修改之前的准备阶段，作者广泛地听取了各方面的意见，特别是读者们的意见，然后根据这些意见和作者近年来的营销实践体会，对第二版中约三分之一的内容进行了修改、补充。修改的主要精神是：简练与经典。所谓简练，即新版的内容结构主要以市场营销的基本理论和实践为思路，在把握经典理论和方法的同时，舍弃了一些营销的非核心内容，使读者能依据更加精练的线索，学习市场营销学；所谓经典，是指此次修改时，非常注重目前国内外营销学界公认的市场营销理论与方法的介绍，尽可能避免述及一些目前尚不成熟，或存在歧意的问题。

书籍目录

- 第一章 市场营销绪论
 - 第一节 市场
 - 第二节 市场营销
 - 第三节 市场营销管理
 - 第四节 市场营销的宗旨
- 复习与思考
- 第二章 市场营销环境

《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