

《市场营销学实用教程》

图书基本信息

书名：《市场营销学实用教程》

13位ISBN编号：9788756550086

10位ISBN编号：8756550081

出版时间：2010-9

作者：李晨耘 编

页数：340

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

《市场营销学实用教程》

内容概要

《市场营销学实用教程》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，以理论联系实际的编写风格，叙评相结合，案例与论证相互渗透，全面系统地介绍市场营销的基本理论、策略和方法，具有一定的前瞻性和实用性。

《市场营销学实用教程》共15章，具体内容包括：市场营销概述、市场营销战略与营销管理过程、管理营销信息与衡量市场需求、市场营销环境、分析消费者市场和购买行为、组织市场和购买行为分析、目标市场战略、竞争性市场营销战略、产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略、管理整合营销传播、市场营销学的新进展和市场营销组织、控制与审计。

《市场营销学实用教程》可作为高等学校工商管理类专业本科生教材，亦可作为营销工作人员的参考用书。

《市场营销学实用教程》

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