

《市场营销学》

图书基本信息

书名：《市场营销学》

13位ISBN编号：9787111084266

10位ISBN编号：7111084268

出版时间：2002-2

出版社：机械工业出版社

作者：曲建忠编

页数：407

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

本书是根据高等职业技术教学要求编写的，全面概述了市场营销的理论与实务，着重研究企业的市场营销活动，为企业有效地进行市场营销活动提供比较系统的理论指导和实用的操作方法。本书共14章，内容包括：市场营销概述、市场及市场营销环境、购买者行为、市场调研、市场预测、市场细分和目标市场选择、产品策略、定价策略、销售渠道策略、促销策略、服务市场营销、市场营销分析、市场营销管理和国际市场营销等。每章配有一定数量的复习思考题和案例，便于学员对基础知识的掌握和运用。

本教材具有时代性、实用性、重点突出、案例新颖等特点。可作为高等职业技术学院、高等学校专科、职工大学、业余大学、夜大学、函授大学或本科层次的教学用书，也可作为企业岗位培训以及经营管理人员或经商人员自学参考用书。

《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