

《市场营销学》

图书基本信息

书名：《市场营销学》

13位ISBN编号：9787305089688

10位ISBN编号：7305089680

出版时间：2012-2

页数：286

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.tushu000.com

《市场营销学》

内容概要

赵元凤、田洁主编的《市场营销学》系统地阐述了现代市场营销学的基本理论与方法，吸纳了新的研究成果和企业成功实例，注重反映国内外市场营销学发展的新动态和新趋势。

《市场营销学》在介绍市场营销基本理论和原理的基础上，突出营销理论和策略的应用性，并辅以大量的国内外企业营销活动的案例分析。本书共分为13章，具体包括导论、市场营销环境、市场调研与市场预测、消费者市场与购买行为分析、组织市场与购买行为分析、目标市场营销策略、产品策略、定价策略、分销渠道策略、促销策略、市场营销管理、国际市场营销、市场营销的新发展。

本书引例部分轻松引出话题，理论介绍严谨，实践应用灵活，力求做到理论性、应用性、现实性和前瞻性的有机结合。本书既适用于高等院校经济管理专业的本科生和研究生，也适用于公司或企业从事市场营销工作的高级管理人员。

《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.tushu000.com