

《市场营销实务》

图书基本信息

书名：《市场营销实务》

13位ISBN编号：9787502630652

10位ISBN编号：7502630651

出版时间：2009-8

作者：李留法

页数：302

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

《市场营销实务》

内容概要

本书以切合中国企业和市场需要为指导，以帮助高职高专学生树立正确的市场营销观念、提高自身的营销管理能力和营销策划能力为目的，借鉴案例教学的优点，系统阐述了市场营销的基本知识、核心理论以及市场营销发展的新动向。全书共十一章，从市场营销的产生与发展历史以及市场营销观念的演变过程出发，重点介绍了影响市场营销活动的宏观和微观环境因素、市场分析、市场调查与市场预测、市场细分和目标市场选择、市场营销组合策略(产品策略、价格策略、分销渠道策略、促销策略)、市场营销组织与控制以及国际市场营销等内容，本教材针对高职高专教育的特点，在每章节前增加了导入案例，每章节后均配有同步的复习思考题，以便于学生掌握和理解相应知识，锻炼学生的营销能力。该书可作为高职高专院校工商管理类和财经类等专业的营销专业教材，也可作为相关人员的自学参考书。

《市场营销实务》

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