

《市场营销》

图书基本信息

书名：《市场营销》

13位ISBN编号：9787810986564

10位ISBN编号：7810986562

出版时间：2006-7

出版社：上海财大

作者：王峰

页数：373

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》

内容概要

《市场营销(第2版)》内容简介：市场营销成为一门学科发展到今天已经有近一百年的历史了，经过一个世纪的发展，市场营销形成了自己独立的领域和完善理论体系，成为大学经管类专业的核心课程，在指导市场营销实践方面显示出强大的生命力，正受到越来越多企业的关注和推崇。《市场营销(第2版)》具有以下特点：

第一，考虑高职高专培养应用型人才的目标安排内容体系，突出针对性。

第二，征询和了解已就业的学生和在校学生的共同需要，遵循学生的认知规律，按照应知应会、够用为度的原则，安排和提供了16章的内容，并按照市场营销学的基本顺序予以编排，突出逻辑性。

第三，理论讲解与实例分析相结合，并在每章中安排了牢记要点、微型案例小资料、提醒您、小技巧等小栏目，突出实用性。

第四，在内容安排上，注意吸收相关学科的新成果，体现营销发展新思想和应用的新领域，突出新颖性。

《市场营销》

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