

# 《市场营销学》

## 图书基本信息

书名：《市场营销学》

13位ISBN编号：9787030141989

10位ISBN编号：7030141989

出版时间：2004-8

出版社：科学出版社

作者：常志有,常志有 编

页数：401

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](http://www.tushu000.com)

# 《市场营销学》

## 内容概要

《市场营销学》力图将市场营销学理论与现代市场营销实践紧密结合起来，在广泛吸收国内外市场营销最新资料和科研成果的基础上，从管理决策的角度，系统地阐述了现代市场营销管理活动的全过程。全书共14章，全面介绍了市场营销的理论、方法和技术；介绍了营销观念的新发展、营销的环境和市场调查与预测的方法；阐述了目标市场策略、产品策略、价格策略、分销渠道策略、促销策略及服务市场营销等，在注重理论与实践相结合、确保理论体系完整的基础上，强调了其实用性和可操作性。每章都附有学习目标和丰富的习题，以供读者使用。《市场营销学》体系完整、内容丰富、条理清楚、观点新颖。可作为在校本科生市场营销学教材，还可作为工商管理（MBA）、企业管理研究生的教材，也适合企业经营管理人员自学或在职培训使用。

# 《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](http://www.tushu000.com)