

《市场营销学》

图书基本信息

书名：《市场营销学》

13位ISBN编号：9787560186184

10位ISBN编号：7560186181

出版社：刘昀 吉林大学出版社 (2013-02出版)

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》

作者简介

刘昀 香港公开大学工商管理硕士(MBA)，澳门科技大学工商管理博士(DBA)。中国科学院研究员(管理、教研方向)，吉林大学珠海学院教授。兼任中国市场学会常务理事、吉林省营销协会秘书长、吉林省蓝海管理咨询有限公司董事长、吉林大学商学院工程硕士广东培养基地主任等社会职务。以及多所大学兼职教授和多家企业经营顾问等。著有《管理学》、《创业管理》、《市场调查实用技术》等专著。李宁 暨南大学管理学硕士；吉林大学珠海学院讲师。刘炳献 东北财经大学管理学硕士；吉林大学珠海学院讲师。齐德秀 吉林大学经济学学士；美国东西方大学EMBA；吉林大学珠海学院教授。

《市场营销学》

书籍目录

第一章 市场营销与市场营销学第二章 市场营销观念的演变及发展第三章 市场调查与市场需求预测第四章 市场营销环境分析第五章 消费者市场购买行为分析第六章 组织市场购买行为分析第七章 竞争者分析与营销战略选择第八章 目标市场选择第九章 产品与服务策略第十章 定价策略第十一章 分销策略第十二章 促销策略第十三章 市场营销组合策略第十四章 市场营销的计划、组织与控制主要参考文献

《市场营销学》

编辑推荐

刘昫主编的《市场营销学》在明晰基本概念、基本原理、基本方法的基础上，加大了实践教学比重。每章前面安排了本章学习目标和导读案例，章后加进了与实践相结合的复习思考题和对应该章内容的分析案例。全书精选了十四个导读案例和十四个综合分析案例，重点突出了案例教学和解决方案设计等实践教学环节，并在教学设计中努力使该类内容的比重占到全部教学工作量的三分之一以上。

《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