

# 《市场营销学》

## 图书基本信息

书名：《市场营销学》

13位ISBN编号：9787307037342

10位ISBN编号：7307037343

出版时间：2004-7

出版社：武汉大学出版社

作者：甘碧群

页数：551

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

市场营销学是一门建立在经济科学、行为科学和现代管理理论基础之上的应用科学。市场营销学的研究对象是以满足消费者需求为中心的企业市场营销活动过程及其规律性，即在特定的市场营销环境中，企业以市场营销研究为基础，为满足消费者现实和潜在的需要所实施的以产品（Product）、定价（Price）、地点（Place）、促销（Promotion）为主要内容的市场营销活动过程及其客观规律性。其内容具有综合性、实践性、应用性的特点。

## 书籍目录

### 第一章 导论

第一节 市场营销学在现代经济生活中的作用

第二节 市场与市场营销

第三节 企业经营哲学的演进

第四节 市场营销学的产生与发展

小结

思考题

案例 库尔斯啤酒兴衰的秘密

思考题

第二章 通过质量、服务和价值建立顾客满意

第一节 顾客价值与满意

第二节 让渡顾客价值与

## 精彩短评

- 1、课本，哈哈
- 2、求高分求过嘤嘤嘤！
- 3、请继续喜欢我！
- 4、为了比赛分析案例，要把这门非专业课恶补自学一下

# 《市场营销学》

## 精彩书评

1、初入社会，还不懂公司中做事的规则，这本书向我们展示了很多市场营销的实例，让我们在学习前人的经验的同时，提高自己的实践能力和理论知识，感谢此书的作者给予我们一本如此好的书

# 《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)