

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787302287179

10位ISBN编号：7302287171

出版时间：2012-7

出版时间：清华大学出版社

作者：王维 编

页数：325

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：<http://www.tushu007.com>

<<市场营销学>>

内容概要

《21世纪经济管理精品教材·工商管理系列：市场营销学》为2009年黑龙江省省级精品课“市场营销”的配套教材，并配有多媒体教学课件，提供立体化教学解决方案。

《21世纪经济管理精品教材·工商管理系列：市场营销学》内容简明、精练，全面阐述了市场营销学的基本概念和理论。

基于培养应用型人才的培养目标，在保证理论知识的系统性、完整性的同时，《21世纪经济管理精品教材·工商管理系列：市场营销学》在编写体例上进行了创新，每章除包括主要内容、引导案例、正文、小结、关键词、思考题等内容外，还引入了实训项目，通过实训，使学生对相关知识的实践应用有一个更好的认知与理解。

《21世纪经济管理精品教材·工商管理系列：市场营销学》适合普通高等学校经济、管理类学生使用，同时也适合企业营销与管理人员自学。

<<市场营销学>>

书籍目录

第一章 市场营销概述第二章 营销战略与市场营销管理第三章 市场营销环境第四章 需求与购买行为研究第五章 市场调查与预测第六章 市场细分、目标市场与市场定位第七章 产品策略第八章 价格策略第九章 分销策略第十章 促销策略第十一章 市场营销的新领域第十二章 营销综合案例附录 营销案例分析通用框架参考文献

<<市场营销学>>

编辑推荐

《21世纪经济管理精品教材·工商管理系列：市场营销学》章节结构清晰、简洁，便于读者对市场营销知识体系有一个清晰、完整的认识；每一章均包括主要内容、引导案例、正文、本章小结、关键词、思考题和实训项目七部分，并且在重点内容后以“营销精粹”的形式引入相关小案例，供学习过程中使用。

《21世纪经济管理精品教材·工商管理系列：市场营销学》在保证理论知识的系统性、完整性的同时，增加了相关实训内容，可为教师在授课过程中提供参考，使学生对该部分内容的实践应用有所了解、掌握，充分体现市场营销应用性强的特点。

教材选录了各类具有典型特色的综合案例，供教师在教学过程中择优选用于，以便培养学生发现问题、分析问题、解决问题的能力。

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:<http://www.tushu007.com>