

<<《市场营销学》学习指南>>

图书基本信息

书名：<<《市场营销学》学习指南>>

13位ISBN编号：9787509617632

10位ISBN编号：7509617634

出版时间：2012-2

出版时间：经济管理出版社

作者：冯光明，郑俊生 主编

页数：338

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》学习指南>>

### 内容概要

本书把冯光明教授和郑俊生副教授主编的《市场营销学》一书的核心内容进行整理、改编和归纳成相对标准的试题，并进行详细的解答，不仅有助于应用型本科生更好地学习、复习教材，而且能为考研者有针对性地准备专业课提供一定的帮助。

## <<《市场营销学》学习指南>>

### 作者简介

冯光明，1953年8月生，山西省翼城县人。

1977年7月毕业于山西大学物理系，1996年7月毕业于吉林大学企业管理专业，获经济学硕士学位。

现任山西财经大学管理科学与工程学院教授，兼任北京理工大学珠海学院教授，受聘为山西省管理科学与工程学会常务理事。

长期从事管理学和市场营销学的教学与研究，主要研究方向为企业战略管理和市场营销管理。

出版著作和教材有《市场营销学教程》、《现代企业管理学》、《管理学原理》、《现代企业管理理论与实务》、《人力资源管理》、《电子商务原理与应用》等10余部。

在国家级、省级学术刊物公开发表论文40余篇，主持省部级课题4项，在企业战略管理和市场营销方面提出了一些新的见解。

郑俊生，1959年2月生，高级工程师，北京理工大学珠海学院管理与经济学院副院长，副教授。

1982年本科毕业于昆明工学院采矿工程专业，获工学学士学位；1993年硕士研究生毕业于中国人民大学工商管理专业，获中国首届工商管理MBA学位，被誉为“中国市场经济黄埔第一期”。

长期在国有大型企业、上市公司、高科技企业以及企业管理顾问公司等各类企业中从事企业管理和企业管理咨询服务工作，实践经验丰富。

自2004年从事高等院校教学工作以来，受到师生和领导的好评，2009年被北京理工大学珠海学院评为“最受学生欢迎的教师”。

## <<《市场营销学》学习指南>>

### 书籍目录

- 第一章 市场营销概述
- 第二章 市场营销管理哲学及其演进
- 第三章 企业战略及营销管理过程
- 第四章 市场营销环境
- 第五章 消费者购买行为分析
- 第六章 组织市场购买行为分析
- 第七章 市场营销调研与预测
- 第八章 目标市场营销战略
- 第九章 市场竞争战略
- 第十章 产品策略
- 第十一章 定价策略
- 第十二章 分销渠道
- 第十三章 促销策略
- 第十四章 工业品市场营销
- 第十五章 消费品市场营销
- 第十六章 服务营销
- 第十七章 市场营销的新发展
- 模拟试卷一
- 模拟试卷二
- 参考文献

<< 《市场营销学》学习指南 >>

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>