

<<市场营销>>

图书基本信息

书名：<<市场营销>>

13位ISBN编号：9787109133495

10位ISBN编号：7109133494

出版时间：2009-2

出版时间：中国农业出版社

作者：何利良，李荣德 主编

页数：337

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>>

内容概要

《市场营销》以高职教学“能力本位”为准则，基于市场营销工作过程，强调岗位技能培养，优化、整合营销内容。

全书系统介绍了现代市场营销的基本理论，大量实用案例和学术界新的营销观念有机地结合在相关章节，根据理论给出思考练习、案例分析和实训应用，构筑了体例新颖、突出技能、材料充实、时代感强的内容体系，体现了高职教学突出岗位职业技能的基本特点和要求。

全书共13章，包括树立营销观念，关注营销环境，分析顾客需求，把握市场商机，掌握购买行为，有效开展市场细分，正确确定目标市场，准确进行市场定位，运用营销组合策略、网络营销、服务营销、营销公关礼仪等手段。

本教材由具有本课程多年教学经验及营销实践经验的人员编写，适合高职高专、成人教育等院校经济管理类专业和非经济管理专业教学需要，可供营销岗位培训及企业管理人员和营销工作人员参考、自学等。

<<市场营销>>

书籍目录

第二版前言第一版前言第一章 市场营销概述第二章 市场营销环境分析第三章 顾客需求及购买行为分析第四章 市场营销调研及预测第五章 目标市场营销战略第六章 竞争性市场营销战略第七章 产品策略第八章 价格策略第九章 分销渠道策略第十章 促销策略第十一章 营销公关及营销礼仪第十二章 服务营销第十三章 网络营销主要参考文献

<<市场营销>>

编辑推荐

《市场营销》是根据国家教育部、农业部的有关文件精神，本着以能力教育为基本出发点，以培养高素质、强技能的专业应用性人才为指导思想，基于岗位工作过程编写的新教材，供全国高等职业技术学院及高等专科学校经济管理专业使用。

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>