

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787109137554

10位ISBN编号：7109137554

出版时间：2009-6

作者：张光辉 编

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

《市场营销学》是全国高等农林院校“十一五”规划教材。

本教材以培养面向21世纪大学生为目标，本着“理论系统化、方法实用化、表述简明化”的原则，尽量做到基本概念和理论介绍完整、全面，方法具有应用性、可操作性，文字语言通俗易懂、便于自学，力图使学生从书本上学到系统的市场营销知识，达到学以致用目的。

全书共有15章，以市场营销过程为主线，从市场环境分析、消费者和组织机构行为把握、目标市场选择与定位、4P策略、服务营销到国际市场营销，再到营销调研、营销策划、营销管理，最后到市场营销理论和方法的新发展介绍，内容完整、重点突出、深浅适度。

每章都有复习思考题和案例分析，既便于教师教学，也有利于学生自学。

本教材可作为普通高等院校有关专业本科生、大专生的教材及研究生的参考书，也可作为高职高专学校和企业培训用教材，还可以作为对市场营销感兴趣者的参考读物。

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>