

图书基本信息

书名：<<市场营销学案例集（第二辑）>>

13位ISBN编号：9787810983907

10位ISBN编号：7810983903

出版时间：2005-7

出版时间：上海财经大学出版社

作者：曾晓洋

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>

## 内容概要

本书是“新世纪高校经济学管理学核心课教材”——《市场营销学》的辅导用书。

本书精选了100个中外案例，在编排上紧扣原教材的内容与章节顺序，用一个个短小精悍的案例，生动具体地描述了市场营销学的原理、方法在实践中的应用。

其语言简明流畅、轻松有趣，而又使人受益匪浅。

本案例集的编者从海内外企业市场营销案例中精选成功和失败之典型，按照晁钢令教授主编的《市场营销学》的理论体系进行编排；案例短小精悍，引人入胜，能让学生在短时间内熟悉背景材料，领会蕴含于案例中的营销哲理；配以灵活多样的思考题，以激发学生对市场营销学的兴趣，培养学生运用市场营销理论与方法分析市场营销环境并制定市场营销方案的能力。

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>