

<<市场营销理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<市场营销理论与实务>>

13位ISBN编号：9787811025095

10位ISBN编号：7811025094

出版时间：2008-2

作者：霍太林 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>

<<市场营销理论与实务>>

内容概要

《市场营销理论与实务》市场营销是一门理论性和实践性都很强的学科，其理论主要来自市场营销实践经验的总结和创新，并反过来对市场营销活动给予指导和影响。

学习市场营销理论并能将其很好地应用于实践，是市场营销教学的重要目标。

而要实现这一目标，一本能够将理论与实践有机结合的教材将起到至关重要的作用。

在总结多年教学实践经验的基础上，本教材在编写内容和结构安排上进行了大胆的创新，打破了传统教材按章节编排的惯例，将原有市场营销知识体系按照基础理论知识(应知)和操作实务(应会)两条主线进行重新编排，使学生在在学习理论知识的同时，更清楚地知道自己应掌握的实战技能。

具体特点如下。

一、在教材内容编排方面，除第一章和第九章外，均按如下顺序安排每一章的内容。

学习目标：以提问的形式，让学生回答“是什么”和“怎么做”，来明确知识与技能的学习目标。

导入案例：通过案例的阅读，使学生对本章的学习内容有一个初步的感性认识。

基础知识：市场营销的基础理论知识，回答“是什么”的问题。

操作实务：市场营销的基本操作技能，回答“怎么做”的问题。

实战观摩：所选实战案例有很强的示范性和可借鉴性，给学生以启发。

实战分析：通过对实战案例的分析讨论，提高学生分析问题和解决问题的能力。

实战训练：要求学生模仿各章中的案例进行练习，以提高学生的实际应用能力。

二、在教材内容选择上，我们遵循这样的原则：理论知识以够用为度，案例选择以可操作性为衡量标准，且尽可能选择最新的案例，以适应当前的市场经济发展形势。

努力做到看了能懂，懂了可学，学了可用，从而达到理论与实际应用相结合的目的。

希望我们的改革尝试能对市场营销课程的教学改革起到有益的推动作用。

本教材主要适用于高职院校市场营销专业和其他专业的市场营销课程，也适用于本科院校非营销专业的营销课程。

<<市场营销理论与实务>>

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>