

《市场营销学（第2版）（“十二五”普通高等教育规划教材·经管系列）》

书籍信息

版次：2

页数：

字数：391000

印刷时间：2013年06月01日

开本：12k

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787302329893

丛书名：“十二五”普通高等教育规划教材·经管系列

编辑推荐

《市场营销学(第2版)》系统地阐述了市场营销的基本内容，主要包括市场营销学导论、市场营销环境分析、市场营销战略、市场竞争战略、企业品牌营销战略、消费市场研究、组织市场研究、服务市场研究、企业目标市场的选择、产品策略、价格策略、分销渠道策略、促销策略、市场营销管理和市场营销新理论等，每一章都进行了内容总结，并在每章总结之后编写了案例。本书由江西理工大学的徐盛华和章征文两位老师编写而成。

内容简介

《市场营销学(第2版)》系统地阐述了市场营销的内容，主要包括市场营销学导论、市场营销环境分析、市场营销战略、市场竞争战略、企业品牌营销战略、消费市场研究、组织市场研究、服务市场研究、企业目标市场的选择、产品策略、价格策略、分销渠道策略、促销策略、市场营销管理和市场营销新理论等，并在每章总结之后编写了案例。

《市场营销学(第2版)》可作为高等院校经济管理类本科生、在职研究生的学习教材，也可作为企业市场营销管理者的培训用书。本书由江西理工大学的徐盛华和章征文两位老师编写而成。

目录

[显示全部信息](#)

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www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)