

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787801691828

10位ISBN编号：7801691822

出版时间：2004-11

出版时间：中国时代经济出版社

作者：彭伟 主编

页数：262

字数：230000

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

“梯田”系列自考辅导图书是北京梯河教育研究院全国自考命题研究中心力邀北京大学、清华大学、中国人民大学、北京师范大学、中国政法大学、北京外国语大学、武汉大学、华东师范大学、浙江大学、南开大学、山东大学等主考院校的权威专家执笔，紧扣“自学考试大纲”和“指定教材”编写，遵循自学的学习特点和规律，以教育测量学的重要理论为指导，为莘莘学子打造专门用于备考的辅导用书。

本书是全国高等教育自学考试指定教材《市场营销学》（经济管理类专业）的配套辅导用书的修订本。

本书的编写及修订依据：全国高等教育自学考试指导委员会组编的最新指定教材《市场营销学（附：市场营销学自学考试大纲）》（郭国庆主编，武汉大学出版社，2004版）。

本书结构及显著特点：1.深入分析研究考试大纲的要求和新命题精神。

2.深入分析研究最新高等教育自学考试全统一命题考试的题型、分值分布、答题要求及评分标准。

3.广泛分析自考生在学习和实际解答试卷中存在的问题，有针对性地进行全面辅导和同步训练。

本书结构及显著特点：全书共分三部分：第一部分教材内容同步辅导/同步训练，第二部分考试预测试卷，第三部分最新全国统考试题及答案。

对于考生来说，可以说是一册在手，全都拥有。

第一部分（教材内容同步辅导/同步训练）是与指定教材的章同步，以考试大纲规定的考核知识点及能力层次要求为线索分章辅导，将该章中的所有知识点按统各种题型编写在同步练习中，同时配有参考答案。

题型及题序与最新全国统考试题完全一致。

编写中力求做到点面结合，突出重点。

第二部分（考试预测试卷）是作者综合全书、结合考试大纲要求精选出的数道“押题”，一定程度上反映了考试趋势，同时亦检测考生对于本课程的掌握程度。

第三部分（最新全国统考试题及参考答案）汇集了新教材启用后的所有全国统考试卷及答案。

考生可以了解到最近、最新的考试试题的发展动态。

考生学完全书，再通过对历届考卷的强化训练，巩固已经学过的知识点、考试重点，可以科学地进行自我考核、自我评估及自我调整复习方向，攻克弱点及不足，从而达到事半功倍的效果。

<<市场营销学>>

书籍目录

第一部分 教材内容同步辅导/同步训练 第一章 市场营销导论 考点精析 同步练习 参考答案 第二章 战略计划过程 考点精析 同步练习 参考答案 第三章 市场营销调研与预测 考点精析 同步练习 参考答案 第四章 市场营销环境分析 考点精析 同步练习 参考答案 第五章 市场购买行为分析 考点精析 同步练习 参考答案 第六章 市场竞争战略分析 考点精析 同步练习 参考答案 第七章 目标市场营销 考点精析 同步练习 参考答案 第八章 产品策略 考点精析 同步练习 参考答案 第九章 定价策略 考点精析 同步练习 参考答案 第十章 分销策略 考点精析 同步练习 参考答案 第十一章 促销策略 考点精析 同步练习 参考答案 第十二章 市场营销计划和组织 考点精析 同步练习 参考答案 第十三章 市场营销执行与控制 第十四章 市场营销道德 第十五章 市场营销新概念 第二部分 考试预测试卷 第三部分 最新全国统考试题及参考答案

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>