

市场营销学



[市场营销学_下载链接1](#)

著者:吴泗宗

出版者:清华大学出版社

出版时间:2005-3

装帧:平装

isbn:9787302103714

本书第1版是教育部重点推荐财经类教材，集中了多位在市场营销学理论与实践上有着卓越成就的专家教授的多年经验和最新见解，将博弈论引入竞争战略，借助各种数学模型解决营销问题的教材。书中有大量量化模型，详细介绍了顾客满意、营销环境分析、营销战略制定、消费者行为研究、组织行为学研究、竞争战略、市场细分、目标市场选择与市场定位、产品与服务、定价策略、渠道策略、促销策略、营销组合、营销策划等方面的内容，并展望了新世纪营销学的最新进展，对营销管理的理论模型也进行了阐述了介绍。

本书包含丰富的图例和练习，并免费配备了相关的电子教案，而且也之配套的案例集也即将出版，特别适合用作高等院校企业管理及相关专业本科生、研究生的市场营销学教材，也是相关从业人员全面提高营销理论与实务能力的读本。

作者介绍:

目录:

[市场营销学_下载链接1](#)

标签

市场营销

营销

我的书架

商业

评论

07/7/11

[市场营销学_下载链接1](#)

书评

[市场营销学_下载链接1](#)