

市场营销学



[市场营销学_下载链接1](#)

著者:吕一林

出版者:中国人民大学出版社

出版时间:2003-1

装帧:简装本

isbn:9787300051116

市场营销是企业经营活动的重要组成部分。它是指企业从自身立场出发，以买方为对象，在不断变化的市场环境中，以满足一切现实的和潜在的顾客需求为中心，提供和引导商品或劳务到达顾客手中，同时获取利润的经营活动。

本书是市场营销学的入门教材，阐述了营销学的基本概念、原理等，介绍了操作性极强的营销分析方法、策略组合与技巧。本书非常强调营销管理程序的科学性，以及营销策略的针对性和灵活性。

作者介绍:

目录:

[市场营销学_下载链接1](#)

标签

评论

[市场营销学_下载链接1](#)

书评

[市场营销学_下载链接1](#)