

市场学原理(第二版)



[市场学原理\(第二版\)_下载链接1](#)

著者:傅汉章

出版者:中山大学出版社

出版时间:1997-8-1

装帧:平装(无盘)

isbn:9787306013545

编辑推荐：本书是我们的《市场学原理》（中山大学出版社1989年出版）的第二版。本书充分反映了近年来国内外市场营销理论的最新研究成果和市场营销策略和方式、方法上的新经验和新发展，以适应世纪之交我国逐步实施社会主义市场经济，培养跨世纪市场营销人才，把市场营销工作越做越细之需要。

作者介绍:

目录: 第一章 市场营销概述
第二章 市场营销环境
第三章 消费者市场

第四章 产业市场

第五章 市场细分、目标市场选择和市场定位

第六章 产品及产品策略

第七章 产品生命周期策略

第八章 产品的商标与包装

第九章 价格和价格策略的制定

第十章 商品销售渠道与实体分配

.....

• • • • •

([收起](#))

[市场学原理\(第二版\)_下载链接1_](#)

标签

营销

评论

这个是当年大学的课本~~ 里面的内容非常实用
一直指导到我现在的工作，我买了何永祺的东北财经大学的最新版本，里面居然没有介绍4个P 而直接变左案例，没有系统 的理论介绍。。

[市场学原理\(第二版\)_下载链接1_](#)

书评

[市场学原理\(第二版\)_下载链接1_](#)