

市场营销学



[市场营销学_下载链接1](#)

著者:吴健安

出版者:安徽人民

出版时间:1998-11

装帧:

isbn:9787212011499

本书第一版以中国高等院校市场学研究会推荐试用的《市场营销学教学大纲》为依据，第三版则主要参照教育部高教司2000年制定并出版的“市场营销学教学基本要求”进行了补充和修改。为此，增加了《市场营销环境》和《市场营销的新领域与新概念》两章，并对其他章节作了必要的修订。

根据一些读者和任课教师反映，本书中的《市场营销学在中国的传播和应用》、《品牌、商标与包装策略》、《分销渠道管理》和《零售与批发》等章节内容较为充实，修订本保持了这一特色。

在修订的过程中，得到中国高校市场学研究会很多专家、教授的关心和指导，听取和吸收了部分任课教师的意见和建议，借鉴了近年来国内外市场营销学界的研究成果。

作者介绍:

吴健安，云南财经大学教授，中国市场营销学的开拓者之一。原云南财贸学院院长、中国高等院校市场学研究会顾问、中国市场学会顾问、云南省市场学会名誉会长、云南省经济学会副会长。昭通市、西双版纳州和丽江市人民政府经济社会发展咨询团顾问。主

要研究领域为商业经济学、市场营销学。编著的《市场学》一书，1985年由云南人民出版社出版，并获云南省社会科学优秀成果二等奖；主编《市场营销学》（安徽人民出版社出版），获1994年全国十佳经济读物提名奖及云南省社会科学优秀成果一等奖；主编国家级规划教材、全国工商管理类核心课程教材——《市场营销学》，2000年由高等教育出版社出版，获2002年全国普通高等学校优秀教材一等奖。1992年起享受政府特殊津贴。1991年入选美国名人传记协会《世界5000名人录》；1992年入选英国《国际知识分子名人录》；1994年入选《当代中国百名商业经济专家学者》。在推动我国市场学的发展方面，吴健安教授也作了很多具有开拓性的工作。

--此文字指本书的不再付印或绝版版本。

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

这是我们的课本... 高等教育出版社的书... 内容很全面... 价格不斐...
混蛋学校全价卖给我们... 可看了什么都不懂...
我认为，这本书更适合做“市场营销学”的目录...
至于文字风格，有点填鸭式的教条主义... 你还是别看了吧...

大学时候学的一门课，当时没怎么认真听，糊弄过去。工作之后发现没有理论基础，于是翻出来重新读。发现内容挺丰富，还是有一些启发的，至少可以对这门学科有一个大致的框架和认识。大学没学好的后果啊~工作再来偿还。

市场营销学_下载链接1