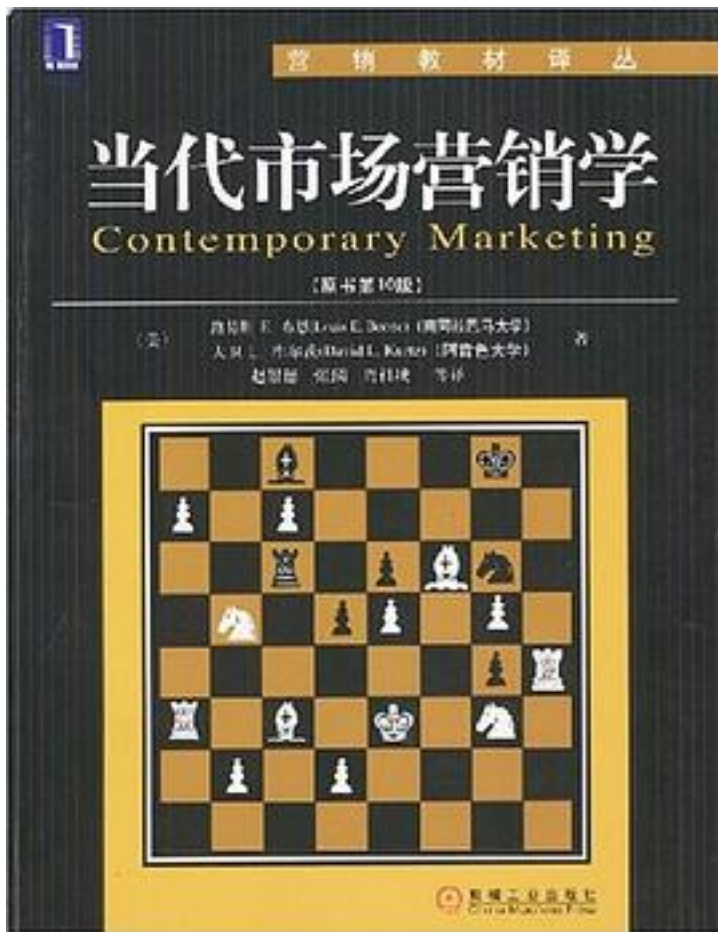


# 当代市场营销学



[当代市场营销学\\_下载链接1](#)

著者:[美]路易斯 E.布恩

出版者:机械工业出版社

出版时间:2005-5

装帧:平装

isbn:9787111162049

本书正文共有19章，分为8篇，分别介绍了当代市场营销环境，成功的营销经营技术，营销计划，信息与市场细分，客户行为，产品策略，分销策略，销售推广策略，定价策略。每章结尾都有与该章所介绍的重要知识点相配套的习题；书末的附录部分集中介绍

了27则案例，此外还介绍了一个重要话题——“营销职业”。

本书作者自创了很多写作特色，包括“成功的营销策略”、“失败的营销策略”、“解决伦理争议”等专栏。此外，作者非常重视计算机技术和“联想思维”在营销学习中的应用，其清晰简明的内容和文风使得本书成为美国最畅销的基础营销教材。

作者介绍:

(美) 路易斯E.布恩 (博士) (Louis E.Boone)，布恩博士曾任Tulsa大学管理与营销系主任，并曾在澳大利亚、希腊和英国等执教过市场营销学。

布恩博士是位多产作家。编著有许多商务和营销类著作，并创作了许多电脑模拟游戏。最近还出版了《Quotable Business》一书。布恩博士还是由南阿拉巴马大学颁发的校友会杰出学者奖的最新获得者。

布恩博士目前主要研究营销理念及体育营销，其成果发表在《市场营销》、《商务战略》、《零售》、《商务地平线》、《商务调研》、《芝加哥大学商务杂志》、《人员销售及销售管理》、《营销教育》、《商务》和《体育营销季刊》等杂志上。布恩博士曾任美国西南营销协会主席和美国南方营销协会副主席。

目录:

[当代市场营销学\\_下载链接1](#)

标签

营销

市场营销

美国

fbdf

评论

-----  
[当代市场营销学\\_下载链接1](#)

书评

-----  
[当代市场营销学\\_下载链接1](#)