

市场营销学



[市场营销学_下载链接1](#)

著者:何永祺

出版者:辽宁东北财经大学

出版时间:2006-2

装帧:

isbn:9787810847759

本书是《市场营销学》2001年版的第二版。这次的修订，在基本保持原有教材架构、保持教材相对稳定性的基础上，对初版的体例及相当一部分的章节作了较大的修正和增补，充分反映了新世纪开元几年来国内外经济理论及市场营销理论的最新研究成果和市场营销策略、方式、方法上的新经验和新发展，以便更好地贯彻“素质、知识和能力三位一体”的教育原则。值得特别提及的是，本书根据国务院最新颁布的《直销管理条例》，对直销的概念和特点——尤其是直销与传销的区别——进行了较为深入的专题讨论。

作者介绍:

目录:

[市场营销学_下载链接1](#)

标签

市场营销

东北财大

评论

国内比较系统详细的一本教材

[市场营销学 下载链接1](#)

书评

[市场营销学 下载链接1](#)