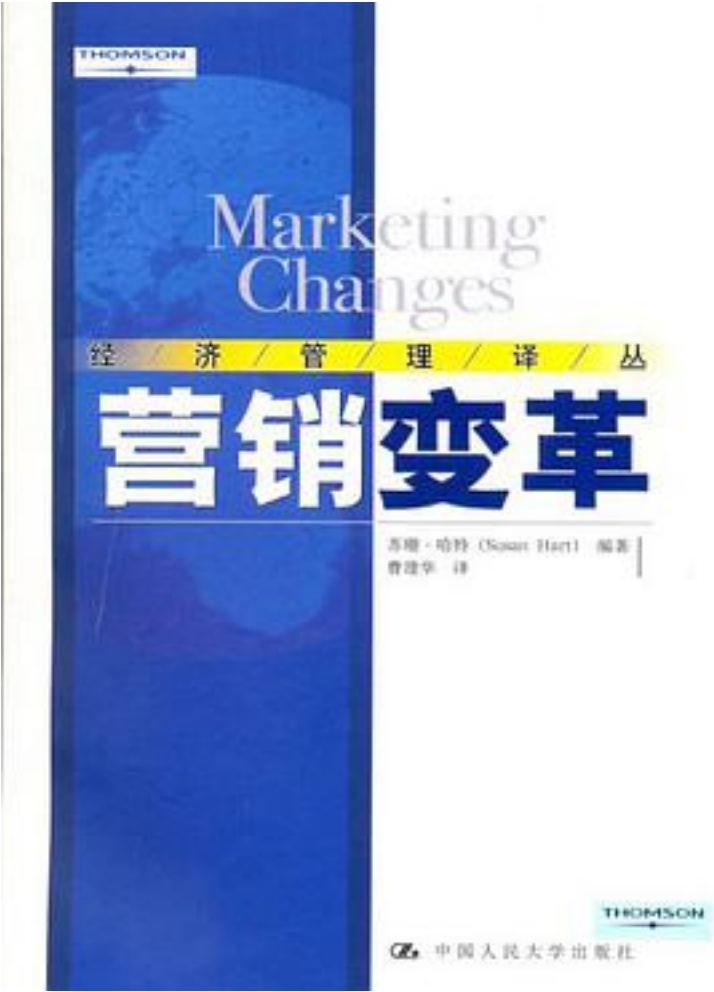


营销变革



[营销变革_下载链接1](#)

著者:苏珊·哈特

出版者:中国人民大学出版社

出版时间:2006-9

装帧:简装本

isbn:9787300074870

本书是由一批顶级营销研究大师撰写而成，集中反映了当今营销变革的最新研究成果，向人们展示了营销作为一个学科领域具有不断变革的本质属性。他们的创新之处在于，

跨越了4Ps的营销思想，为该学科提供了新的方法和手段，为该领域的探讨和研究开创了一条崭新的道路。

本书是那些已经研究过营销管理的关键要素同时希望深入了解该领域正在经历的变化的学生们必备的教科书。它既可以作为营销专业高年级本科生的教材，也可以作为该专业硕士研究生的一门必修课。

本书特色

- ◆涵盖了所有的营销概念——关系营销、营销沟通、市场细分、新产品开发、网络营销、市场调查、供应链和物流、消费者的变化、后现代营销及国际经济与环境的变化。
- ◆作者都是营销学术界有影响、有创新精神的大师，其研究内容涵盖了营销领域的所有范畴。
- ◆每章的最后为读者进行更深入的研究提供了简要的指南。
- ◆提供了相关的网址链接和丰富的参考文献。

作者介绍:

目录:

[营销变革_下载链接1](#)

标签

评论

[营销变革_下载链接1](#)

书评

[营销变革_下载链接1](#)