

# 营销科学学报-第3卷 第2辑



[营销科学学报-第3卷 第2辑 下载链接1](#)

著者:清华大学经管学院

出版者:清华大学出版社

出版时间:2007

装帧:平装

isbn:9787302155324

目录

传承与隔断：基于代际影响的老字号品牌关系质量——一项来自上海的探索性研究

品牌声望对消费者满意度的影响

基于顾客的品牌资产模型实证分析及营销借鉴

消费者基本社会需要的冲突与权衡

消费者对电子中介的信任影响机制研究：以酒店预订网站为例

基于选择情境的消费者价格促销品牌选择行为研究

影响潜在被调查者参与网络调查的意愿研究：一个扩展模型

全球营销理论综述：发展阶段、主题和核心观点

消费者感知风险研究：国外文献综述

作者介绍:

目录:

[营销科学学报-第3卷 第2辑\\_下载链接1](#)

标签

Marketing

评论

-----  
[营销科学学报-第3卷 第2辑\\_下载链接1](#)

书评

-----

[营销科学学报-第3卷 第2辑\\_下载链接1\\_](#)