

# 市场营销学



[市场营销学\\_下载链接1](#)

著者:吴泗宗

出版者:清华大学

出版时间:2008-1

装帧:平装

isbn:9787302164487

《普通高等教育"十一五"国家级规划教材·市场营销学(第3版)》第1版是教育部重点推荐财经类教材，集中了多位在市场营销学理论与实践上有着丰富经验与卓越成就的专家教授的经验和见解，将博弈论引入了竞争战略，借助各种数学模型解决营销问题。对于网络经济条件下，营销管理应对各行业各领域市场竞争的不断变化具有良好的借鉴性。

《普通高等教育"十一五"国家级规划教材·市场营销学(第3版)》第3版为普通高等教育“十一五”国家级规划教材，在前两版的基础上，对营销管理的研究和应用进行更深入的研究。书中展望了新世纪营销学的最新发展，特别介绍了政治营销、长尾营销等相关内容，对营销管理的理论模型也进行了阐述和介绍。每一章后面都附有与本章内容相对应的案例，突出了市场营销理论与实践的相互影响和互动促进的特征，能帮助读者更好地把握和吸收营销理论的内容。

《普通高等教育"十一五"国家级规划教材·市场营销学(第3版)》适合用作高等院校经济管理及相关专业本科生、研究生的教材，也是相关从业人员全面提高营销理论与实务能力的读本。

作者介绍:

目录:

[市场营销学\\_下载链接1](#)

标签

教材

大学教材

评论

老师上课很有趣

-----  
[市场营销学\\_下载链接1](#)

书评

-----  
[市场营销学\\_下载链接1](#)