

市场营销学



[市场营销学_下载链接1](#)

著者:李晏墅 编

出版者:

出版时间:2008-10

装帧:

isbn:9787040249927

《市场营销学》是普通高等教育“十一五”国家级规划教材。具有前沿性、研究性、新颖性、实践性和思想性等特点。《市场营销学》共分五篇十九章，即营销导论篇、营销战略篇、营销组合篇、营销理论发展篇和营销管理篇五篇，包括绍论、市场营销环境、市场营销调研、消费者行为、市场细分与定位、市场营销战略、4ps营销组合、4cs营销组合、4rs营销组合、4vs营销组合、服务营销、绿色营销、知识营销、网络营销、全球营销、营销理论创新、营销工程与应用、营销管理与控制等十几章，构成了全新的营销理论体系。

《市场营销学》可以作为高等院校管理类、营销类、经济类、金融类等专业的教材，也可作为工商管理专业硕士研究生的阅读材料，同时也可以作为各种专业培训的教材，以及供企业高层经营管理人员参考的读物。

作者介绍:

目录:

[市场营销学_下载链接1](#)

标签

营销学

经济管理

我的大学课本

评论

神侃老师！！你不是说要收我当博士的吗！！你人呢！！！！

[市场营销学_下载链接1](#)

书评

[市场营销学_下载链接1](#)