

营销理论发展史



[营销理论发展史 下载链接1](#)

著者:郭国庆

出版者:中国人民大学出版社

出版时间:2009-2

装帧:平装

isbn:9787300102733

《营销理论发展史》力求准确反映营销理论演变发展的历史轨迹，系统阐述各学派代表人物的主要观点，充分体现营销理论创新的最新进展和未来趋势，为构建具有中国特色的营销理论体系服务。书中通过对营销科学思想发展阶段的划分，重要学说、见解的辨析，重要营销科学家哲学观点和方法论的载叙，廓清了营销科学思想发展的脉络，反映了不同历史时期、不同国家和地区出现的营销科学思想内容与特点，探索了营销科学思想发展规律。营销理论发展史是研究世界范围内重要营销理论思想发展历史的学科，它阐释营销科学发展的历史轨迹，研究重要营销科学理论及思想发生、发展、继承、演变的逻辑过程。近年来，中国学者在营销理论发展与创新方面取得了突出的成就，形成了独具特色的学术流派，为丰富世界营销理论宝库做出了杰出的贡献。

作者介绍:

郭国庆

经济学博士，中国人民大学商学院教授、博士生导师，中国人民大学中国市场营销研究中心主任。第十一届全国人大代表，第八、九、十届全国政协委员，第七届全国青联委员。国家自然科学基金委员会管理科学部评审组专家，中国高校市场学研究会副会长，《中国营销评论》杂志副主编，Journal of Chinese Marketing 杂志副主编，Asian Journal of Marketing杂志编委，《管理世界》杂志学术指导，中国光大银行独立董事。曾任加拿大麦吉尔大学管理学院、英国牛津大学坦普顿学院、香港大学商学院、香港城市大学商学院访问教授，广东省珠海市人民政府副秘书长，中国人民大学工商管理学院副院长。

曾获全国普通高校优秀教材一等奖（2002）、中国科学技术协会中国青年科技论坛优秀论文特等奖（1999）、北京市哲学社会科学优秀论著二等奖（1997）、霍英东教育基金会高校青年教师奖二等奖（1996）。《市场营销学概论》荣获教育部2008年度高等教育精品教材。《市场营销学通论》（第三版）荣获中国市场学会改革开放30年精品教材、教育部2007

年度高等教育精品教材。先后完成《市场营销管理：理论与模型》、《现代非营利组织研究》、《体验营销新论》、《营销决策模型》等学术著作7部，发表学术论文100余篇，其中在国际学术会议或国外刊物发表论文12篇。主持国家自然科学基金项目6项，国家社会科学基金项目1项，国家教育部人文社会科学规划项目2项。1995年入选北京市哲学社会科学“百人工程”。2004年入选教育部“新世纪优秀人才支持计划”。享受国务院特殊津贴。

目录:

[营销理论发展史 下载链接1](#)

标签

营销理论史

营销

理论

管理

商业

评论

本书和所罗门营销学一样，都得反复看。。2013.04.17重读。。

[营销理论发展史 下载链接1](#)

书评

像我这种非科班的广告人还是要从基础开始啊~~

让我了解了整个营销理论的以往的发展史，以及现今的主流营销理论以及之后的方向。

引申出的以下几本书我要去看的~~ 麦卡锡的《寄出营销的管理方法》

菲利普科特勒的《营销管理》

[营销理论发展史 下载链接1](#)