

市场营销



[市场营销_下载链接1](#)

著者:

出版者:

出版时间:1970-1

装帧:

isbn:9787305063992

《市场营销(第14版)》是国内外四位市场营销学教授集体智慧的结晶。它从市场营销导论、市场的识别与选择、市场营销策略、市场营销提升和市场营销执行这五个方面，清晰而系统地阐述了市场营销管理中的基本概念、框架、方法与实践，并穿插了国内外大量鲜活的案例。同时，《市场营销(第14版)》最大的特点就是在写作中始终坚持贯彻“市场营销管理”的核心理念——满足目标市场的需求。《市场营销(第14版)》主要面对三类相关的读者群——经济管理类专业的学生、讲授市场营销相关课程的教师和从事市场营销相关工作的管理者。因此，我们在第十三版的基础上，根据学生与教师的反馈建议、市场营销管理人员的新经验和新发现以及本领域最新研究成果进行了调整和更新，使《市场营销(第14版)》更加适合中国的教学与营销实践。

《市场营销(第14版)》可以作为高等院校工商管理类专业本科生、MBA、EMBA和研究生教材。也可以作为各类企业中高级管理人员培训教材。

作者介绍:

目录:

[市场营销_下载链接1_](#)

标签

评论

[市场营销_下载链接1_](#)

书评

[市场营销_下载链接1_](#)