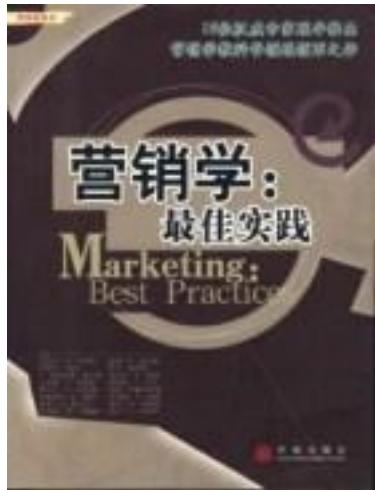


# 营销学



[营销学 下载链接1](#)

著者:石井淳藏

出版者:

出版时间:2010-3

装帧:

isbn:9787030268457

《营销学:日本视角》结合日本企业的案例以全新的视角从以下四个方面论述了市场营销的概念、理论和方法。《营销学:日本视角》设想通过生动地描绘营销世界的趣味性，通俗易懂地传达市场营销的本质。因此《营销学:日本视角》由案例导入，以理论与实例相结合的方式写成，并且每章的开头都设有导读和本章概要部分。在《营销学:日本视角》中主要探讨的是以下5个构成市场营销主要框架的组织构造和管理问题：构成营销管理的产品、价格、流通和促销的问题，以及如何对它们进行整合的框架；以市场关系、顾客关系为基础来管理组织和资源的手段、模型；构成市场的消费、竞争、交易三个层面的市场的构造以及相对应的营销框架；由于市场和市场营销的相互作用而产生的动态、变化的过程的构造，以及企业活动的管理；如何在市场中培育和有效利用经营资源。

《营销学:日本视角》能够给从事市场营销工作的企业人士提供一些解决问题的思维方式，也可以成为在职人员学习市场营销学的一本简单易学的入门书。也可供营销学专业的高等院校师生使用和参考。

作者介绍:

目录:

[营销学 下载链接1](#)

标签

营销

管理

日本

商业

评论

赶任务！！！

---

一般性读物，未见印象特别深刻的内容

[营销学 下载链接1](#)

书评

在图书馆看到这本书，翻译者是中山大学杨宇帆老师。正如作者所说，国内的确很少日本营销学的著作。因此一看到此书就把书借了回来，照

例马上登陆豆瓣，发现只有译者的名字，于是马上把日本原作者名称填上去，是12月19日的事情。到29日终于抽出空来翻这本书，发现体系还是科...

---

[营销学 下载链接1](#)