

图书基本信息

书名：《营销科学学报》

13位ISBN编号：9787030364883

10位ISBN编号：7030364880

出版时间：2013-1

作者：清华大学经济管理学院，北京大学光华管理学院

页数：117

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

内容概要

营销科学研究运用科学的方法，从市场营销及消费者行为现象中研究、提取具有推广性的理论，力争对国际营销知识体系有创新性贡献，成为中国市场营销学界最具权威性的学术期刊，并产生了国际影响力。市场营销学从经验走向科学离不开经济科学、社会科学以及数学等其他学科，因此营销科学提倡以综合、交叉的视角研究市场营销的规律；市场营销学的发展历史在很大程度上就是其内涵和外延不断拓展的历史，因此《营销科学》支持在所有市场营销领域或相关领域所做的学术研究；中国市场营销学要茁壮成长必须根植于中国这片沃土，因此营销科学鼓励一切对中国市场营销实践具有深刻管理借鉴意义的创新性研究；中国市场营销学术研究要尽快融入世界营销学术之林，因此营销科学强调采用与国际接轨的研究方法探索国际前沿的营销理论课题。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu000.com