

《中国市场营销》

图书基本信息

书名：《中国市场营销》

13位ISBN编号：9781473915791

出版时间：2016-3

作者：王永贵

页数：1304

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

《中国市场营销》

内容概要

90年代，现代市场营销学在西方的推动下被引入中国，然而中国所采取的市场营销途径却深深受到本国特殊国情及政治、经济环境的影响。本套书编者王永贵教授运用一系列学术论文探究国内外市场营销之间的联系与差异，详尽地记录了过去30多年间市场营销学在中国的发展，从萌芽状态到繁盛的今天。

作者简介

王永贵任对外经济贸易大学市场营销学教授。作为中国市场营销研究的领军人物，王永贵教授在市场营销与策略领域发表了大量论文，刊登在众多国际学术期刊中。同时他也是Journal of Technology Management in China的副主编，Journal of Chinese Marketing的编委，中国市场学会常务理事及美国市场学会成员。

2016年3月，王永贵教授与其他几位教授还在SAGE出版的美国南方管理协会官方刊物Journal of Management期刊中联合发表了文章：Alliance Formation in the Midst of Market and Network: Insights From Resource Dependence and Network Perspectives。

《中国市场营销》

书籍目录

- 第一卷：进入现代市场营销阶段
- 第二卷：西方市场营销在中国的应用
- 第三卷：中国市场营销学的快速发展
- 第四卷：中国市场营销学的成功

《中国市场营销》

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