

## 参考资料

1. 李怀斌,《市场营销学》,清华大学出版社,2007
2. 吴健安,《市场营销学》,高等教育出版社,2007,第三版
3. 何永琪 张传忠,《市场营销学》,东北财经大学出版社,2006
4. 吕一林,《市场营销学》,科学出版社,2005
5. 万后芬,《市场营销教程》,高等教育出版社,2003
6. 柳思维,《市场营销学》,中南大学出版社,2003
7. 菲利普·科特勒,《营销管理》,中译本第12版,上海人民出版社,2006
8. 常志有,《市场营销学》,科学出版社,2004
9. 兰苓,《现代营销学》,中山大学出版社,2001
10. 杨华锋,《现代市场营销管理》,地质出版社,2000
11. 陈阳,《现代营销学》,湖南人民出版社,2000
12. 郭国庆,《市场营销学通论》,中国人民大学出版社,2006
13. 林祖华,《市场营销案例分析》,北京高等教育出版社,2004
14. 甘碧群,《市场营销学》,武汉大学出版社,2005
15. 吴见平,《市场营销学》,科学出版社,2004
16. 叶万春,《市场营销策划》,清华大学出版社,2005
17. 于建原,《营销管理》,西南财经大学出版社,2003
18. 吴勇 邵国良,《市场营销》,高等教育出版社,2005
19. 胥学跃 姜宁川,《现代市场营销》,四川大学出版社,2005
20. 方光罗,《市场营销学》,东北财经大学出版社,2001
21. 周建波,《营销管理:理论与实务》,山东人民出版社,2002
22. 董方雷,《有效的分销管理》,北京大学出版社,2003版
23. 纪宝成,《市场营销学教程》,中国人民大学出版社,2002
24. 邱斌《中外市场营销经典案例》,南京大学出版社,2001
25. 郭朝阳,《中国著名企业营销案例评析》,广东经济出版社,2002
26. 小卡尔·迈克丹尼尔 罗杰·盖兹著,《当代市场调研》,机械工业出版社,2000
27. 阿尔文·C·伯恩斯 罗纳德·F·布什,《营销调研》,中国人民大学出版社,2001
28. 里斯 特劳特,《新定位》,中国财政经济出版社,2002
29. 维瑟拉·R·拉奥 乔尔·H·斯特克尔,《战略营销分析》,中国人民大学出版社,2001
30. 唐·E·舒尔兹等,《整合行销传播》,中国物价出版社,2002
31. M. Joseph Sirgy: Integrated Marketing Communications A Systems Approach (影印版), 1 清华大学出版社,1998
32. 吴勇 邵国良,《市场营销》,高等教育出版社,2006

33. 连漪,《市场营销学》北京理工大学出版社, 2006
34. 陈科鹤,《现代市场营销学》,重庆大学出版社, 2005
35. 加里·阿姆斯特朗 菲利普·科特勒,《市场营销教程》第六版,华夏出版社, 2006
36. 郑方华,《营销策划——技能案例训练手册》,机械工业出版社, 2006
37. 兆钢令,《市场营销学》上海财经大学出版社, 2003
38. 叶国灿,《市场营销学》,浙江大学出版社, 2007
39. 张卫东,《市场营销理论与实训》,电子工业出版社, 2005
40. 金依明,《市场营销学》,中国电力出版社, 2006

