

<<市场营销理论基础>>

图书基本信息

书名：<<市场营销理论基础>>

13位ISBN编号：9787810986823

10位ISBN编号：7810986821

出版时间：2006-8

出版时间：上海财经大学

作者：谢尔比·D.亨特

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：<http://www.tushu007.com>

<<市场营销理论基础>>

内容概要

谢尔比·D.亨特是得克萨斯技术大学市场营销学教授。

其撰写的论步及理论、宏观营销、伦理学、分销渠道、科学哲学和市场营销理论。

他在《市场营销》杂志上发表的论文中有三篇获得了哈罗德·H.梅纳德奖的“最佳市场营销理论论文”。

他于1985年与他人合作并发表在《商务研究》杂志上的题为“理论道德与营销管理”一文获得2002年度，埃尔斯维-科学斯维-科学优质与重大学术奖“。

他的19689年的论文——“市场营销学中的具体化与现实主义：关于理性的辩护”获得“《宏观市场营销》查尔斯·C.斯莱特奖”。

由于在市场营销学理论与学科方面所做出的贡献，他从美国市场营销学会获得1986年度的“保罗·D.康恩维斯奖”；从美国市场营销科学学会获得1987年度“突出市场经营教育者奖”；从美国市场营销促进会获得2002年度“埃尔斯维-科学突出学者奖”。

” 哈佛商学院的杰瑞·萨尔特曼认为：“谢尔比·D.亨特再一次为这个专业提供了一本不可或缺的收。

除了书的内容所提供的价值之外，亨特还提供了一个极好的例子来小心地展开一场辩论并且提供丰富的解释。

本书应用作为所有博士生的必读书目。

” 得克萨斯教会大学的罗伯特·卢斯奇是这样评价文书的：“谢尔比·D.亨特对《市场营销理论基础》一书的修订延续了前三版为发展市场营销学思想和研究提供一个清晰架构的传统。

尽管并非所有人都会同意亨特的观点和方法，但是没有人会在读了这本书后还不清楚科学哲学的中关键问题是什么以及亨特对这些问题的观点。

现在和将来的全世界的市场营销科学空将对每一个章节进行学习和辩论，这样做也能促进市场营销科学实践的进步。

” 波士顿学院的阿琪·伍德斯德认为：“通过这本经典著作的阐述，谢尔比·D.亨特关于如何创建对于深刻理解市场营销进程有帮助的理论是他为我们这个专业所提供的核心价值。

”

<<市场营销理论基础>>

书籍目录

译者的话序言第一章 导论 1.1 三个矛盾？

1.2 本专著的目标 1.3 市场营销的本质 1.4 科学的本质 1.5 科学方法的统一性 1.6 关于市场营销科学的结论 1.7 三重二分模型的评价 1.8 三重二分模型是市场营销学的一个普遍的分类框架 1.9 本书的计划 分析与讨论题第二章 关于市场营销学科 2.1 关于市场营销学是 2.2 关于市场营销调研的本质 2.3 关于市场营销学对定性方法的反感 分析与讨论题第三章 关于解释的词态学 3.1 市场营销学中的解释 3.2 评价解释模型的标准 3.3 演绎 - 法则解释 3.4 统计解释 3.5 解释的逻辑经验模型是否合适？

3.6 模式模型 3.7 功能主义解释 3.8 概要与绪论 分析与讨论题第四章 解释：问题与视角 4.1 解释、预测和追溯 4.2 因果关系解释 4.3 解释性不完整、解释链以及无限回归 4.4 其他类型的解释性不完整 4.5 市场营销学的基本待解释事物 4.6 产品生命周期解释 4.7 消费者行为解释 4.8 价格歧视解释 4.9 零售轮回变迁的解释 4.10 概要与结论 分析与讨论题第五章

科学规律的词态学 5.1 市场营销学研究中规律的作用 5.2 第一个标准：广义条件 5.3 第二个标准：经验内容 (empirical content) 5.4 第三个标准：普通必然性 (nomic necessity) 5.5 第四个标准：系统整合 5.6 总结 分析与讨论题第六章 科学规律：论点与视角 6.1 时间问题 6.2 公理、基本规律与派生规律 6.3 外延与普遍性 6.4 概要与结论 6.5 扩展中的问题：价格精神物理学 分析与讨论题第七章 理论的形态学 7.1 理论的概念 7.2 理论的误解 7.3 系统相关标准 7.4 “类似规律的概括”标准 7.5 “实证检验”标准 7.6 总结 分析与讨论题第八章

理论：问题与视角 8.1 分类框架 8.2 实证理论与规范理论 8.3 确定理论和随机理论 8.4 一般理论的性质 分析与讨论题第九章 市场营销学的一般理论 9.1 资源优势理论概述 9.2 资源优势理论是竞争的一般理论 9.3 市场过程理论 9.4 战略的实证基础 9.5 战略和资源优势理论 9.6 最后的注解 分析与讨论题参考书目

<<市场营销理论基础>>

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:<http://www.tushu007.com>