

《市场营销》

图书基本信息

书名：《市场营销》

13位ISBN编号：9787534562013

10位ISBN编号：7534562015

出版时间：2008-9

作者：厉嘉玲 编

页数：181

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.tushu111.com

《市场营销》

内容概要

《市场营销(第3版)》主要内容简介：市场营销是企业经营管理活动的重要组成部分，市场营销学则是管理学的一个重要分支，是管理学科群的专业基础课之一。市场营销学是一门建立在经济科学、行为科学和现代管理理论之上的应用科学。20世纪50年代后市场营销学从传统市场营销学演变为现代市场营销学。通过本课程的教学，要求学生能掌握市场营销学的基本理论、基本知识和基本方法，树立以消费者为中心的营销观念，初步培养学生运用市场营销学基本理论分析和解决现实营销问题的能力，为以后学习其他市场营销类的后续课程打下基础。

《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.tushu111.com