

《市场营销学》

图书基本信息

书名：《市场营销学》

13位ISBN编号：9787305051708

10位ISBN编号：7305051705

出版时间：2007-8

出版社：南京大学

作者：申小刚 编

页数：303

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

《市场营销学》

内容概要

本书根据当代市场营销理论与实务发展的现状，博采众长，坚持理论与实践相结合、叙述与分析相结合，全面介绍了市场营销学的基本内涵、定义、研究对象与研究范畴，市场营销学的产生和发展的历史，市场营销环境，市场营销战略，市场营销策略，市场调查，国际市场营销等，具有一定的创新性和适用性。

本书可作为高等院校工商管理类专业本科生教材，也可作为非工商管理类专业选修课教材，还可供营销专业人士阅读参考。

《市场营销学》

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