

《市场营销学》

图书基本信息

书名：《市场营销学》

13位ISBN编号：9787306053728

出版时间：2016-2-29

作者：李宏岳

页数：302

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

本书共11章，主要内容包括：市场营销学概述、市场营销环境、消费者市场与生产者市场、市场营销调研与预测、目标市场战略、市场竞争战略、产品策略、价格策略、分销策略、促销策略、市场营销新概念。本书强化基础、注重内容体系创新，编排设计科学合理，强调运用营销理论对实际问题进行分析，实用性强。

《市场营销学》

作者简介

李宏岳，副教授，在读博士，中山大学南方学院技术经济管理专业专职教师，近期主要研究方向有金融、市场营销、生态经济等。

《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