

《市场营销学》

图书基本信息

书名：《市场营销学》

13位ISBN编号：9787300051468

10位ISBN编号：7300051464

出版时间：2003-12

出版社：中国人民大学出版社

作者：张晓堂

页数：339

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.tushu000.com

《市场营销学》

内容概要

本书特点：

1、适应性。主要阐述其基本原理和方法，力图简单化、规范化和准确化，适应我国现行普通高等院校的实际情况。

2、继承性。本着继承和发展的原则，认真总结和吸收我国已有教材的精华，把过去教材中通适应目前市场经济发展要求的理论和方法加以归纳和创新，积极地吸收到教材中来，具有一定的继承性。

3、超前性。把发达国家中适应我国市场经济发展要求的理论和方法积极地吸收进来，以期在我国的经济建设中能有所借鉴；同时，力求反映我国经济改革进程中理论和实践的最新成果及最新的政策法规。

《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.tushu000.com