

《文化市场营销学》

图书基本信息

书名：《文化市场营销学》

13位ISBN编号：9787532128037

10位ISBN编号：7532128032

出版时间：2005-4

出版社：上海文艺出版社

作者：李康化

页数：368

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

《文化市场营销学》

内容概要

市场营销学已经是一门较为成熟的学科，但由于文化市场有其特殊性，一般市场营销理论并不能完全适应。而且，当前中国文化市场营销的分析系统还缺乏规范的分析框架和话语关系。因此，积极引入国外先进的管理与经营分析成果，结合中国实践，创建符合中国文化市场发展阶段的解释和损伤体系，是建设有中国特色文化市场营销学的题中之义。本教材是为建设中国文化市场营销学的学科体系做了些探索和尝试。

《文化市场营销学》

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