

《市场营销法律规制研究》

图书基本信息

书名：《市场营销法律规制研究》

13位ISBN编号：9787564201418

10位ISBN编号：756420141X

出版时间：2003-8

出版社：上海财大

作者：周杰

页数：255

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

《市场营销法律规制研究》

内容概要

《市场营销法律规制研究》从宏观营销的视角出发，分别从公平竞争、消费者权益保护、商标利用与保护、环境保护与社会责任等方面分析中国市场营销法律规制的现状、存在的问题及成因，介绍和评析美国市场营销法律规制的基本概况，并从立法、执法和守法三个方面提出完善中国市场营销法律规制的对策建议。

《市场营销法律规制研究》

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