

《市场营销学》

图书基本信息

书名：《市场营销学》

13位ISBN编号：9787536129610

10位ISBN编号：7536129610

出版时间：2004-2

出版社：广东高等教育出版社

作者：刘志梅

页数：323

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

真正意义上的市场营销学形成于20世纪50年代的美国。中国在20世纪90年代开始系统地引入、学习、研究和实践市场营销理论。21世纪，随着中国市场经济的成熟与发展，市场竞争的态势会导致中国的市场营销实践与市场营销研究更加广泛深入。《市场营销学》正是在这种背景条件下，开始编著的。在《市场营销学》的编著过程中，作者依据市场营销的核心理念与基本理论，结合中国转型时期的市场特征，对国内外中文版本的市场营销学教材和专著进行了比较系统的研究。

《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