

《市场营销学》

图书基本信息

书名：《市场营销学》

13位ISBN编号：9787300172323

10位ISBN编号：7300172326

出版时间：2013-4

作者：阿姆斯特朗

页数：560

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

作为一本畅销教材，加里·阿姆斯特朗、菲利普·科特勒编著的《市场营销学（第10版）》简洁而流畅的论述在内容的深度和学习的难易之间实现了精妙的平衡。

《市场营销学（英文版第10版）》建立了一个科学的框架，将市场营销定位于为客户创造价值并从他们那里获得价值回报的科学和艺术，揭示了营销活动如何与公司的其他部门——会计、信息技术、财务、运营和人力资源管理等，以及公司外部的营销伙伴一起为客户带来价值。

第10版推出了全新的学习设计，为各章配备了综合导航图，并附有贯穿全书的作者评论，有助于读者增进理解。

《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