

<<营销管理>>

图书基本信息

书名：<<营销管理>>

13位ISBN编号：9787302113447

10位ISBN编号：7302113440

出版时间：2005-9

出版时间：清华大学出版社

作者：J·保罗·彼得

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：<http://www.tushu007.com>

<<营销管理>>

内容概要

本书旨在向学生讲授营销管理知识，并提高其营销管理水平，使其能够制定并遵循成功的营销战略。作者对营销过程进行了深入分析，为学生掌握成功的营销管理打下了基础。

书中提供的案例不仅涉及传统的营销原理。

而且着重于营销在跨部门企业和组织战略中的作用。

既适合用作营销专业本科生或研究生教材，也可供从事营销管理研究及实践的人员参考。

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:<http://www.tushu007.com>