

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787566805034

10位ISBN编号：7566805037

出版时间：2013-3

出版时间：暨南大学出版社

作者：郭松克

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>

<<市场营销学>>

内容概要

本书为市场营销学科的教科书，分十三章内容，详细地对有关市场营销学的重要问题及内容作了阐述。
本教材主要介绍市场营销环境、购买行为研究、市场营销调研和预测、市场竞争战略、STP战略、4P战略、市场营销计划等内容。

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>