

<<营销学精要>>

图书基本信息

书名：<<营销学精要>>

13位ISBN编号：9787810446334

10位ISBN编号：7810446339

出版时间：2000-05-01

出版时间：东北财经大学出版社

作者：查尔斯.W.小兰姆

译者：杨洁 李丽 王英男 卢欣

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>

<<营销学精要>>

内容概要

本书为哈佛商学院MBA市场营销学必选教材，书中尽述了营销学的基本理论。它提供了包含当今热点问题的全部关键内容，以生动的写作风格展示出最新的企业案例、国际互联网资源及全面的补充资料。

本书也可作为方案设计、营销计划开发、案例学习等方面的理想读本。

本书前言
特色及评论
文章节选

<<营销学精要>>

书籍目录

译者前言

序言

第一部分 营销世界

第1章 营销概述

1.1 什么是营销

1.2 营销管理哲学

1.3 营

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>