

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787300051116

10位ISBN编号：7300051111

出版时间：2003-1

出版时间：中国人民大学出版社

作者：吕一林

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

市场营销是企业经营活动的重要组成部分。

它是指企业从自身立场出发，以买方为对象，在不断变化的市场环境中，以满足一切现实的和潜在的顾客需求为中心，提供和引导商品或劳务到达顾客手中，同时获取利润的经营活动。

本书是市场营销学的入门教材，阐述了营销学的基本概念、原理等，介绍了操作性极强的营销分析方法、策略组合与技巧。

本书非常强调营销管理程序的科学性，以及营销策略的针对性和灵活性。

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>