

<<营销管理>>

图书基本信息

书名：<<营销管理>>

13位ISBN编号：9787309037920

10位ISBN编号：7309037928

出版时间：2003-10

出版时间：复旦大学出版社

作者：林建煌

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>

## 内容概要

深入浅出，不尚空谈；学以致用，经时济世。

“复旦博学·经世系列”是复旦大学出版社依循上述选题宗旨，以邀请编写与引进选用并举的方式，出版的又一套全新的开放式经管类丛书。

本丛书集合了在美国一流大学获得经济、管理类博士学位，现任教于一流大学，且在大型的企业、公司担任过要职的海内外学者为作者队伍，以迅速发展的经济社会对未来人才的需求趋势为内容的定位基准，精心策划、倾情编辑而成，是

<<营销管理>>

书籍目录

目录

第一部分 (PART1) 营销内涵与角色

第一章 营销导论

1.1 营销的定义

- 一. 营销是一种程序
- 二. 营销是一种交换活动
- 三. 营销是目标导向的

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>