

<<中大管理研究>>

图书基本信息

书名：<<中大管理研究>>

13位ISBN编号：9787514110937

10位ISBN编号：7514110933

出版时间：2011-9

出版时间：经济科学出版社

作者：李新春

页数：142

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>

书籍目录

品牌原产地联结的时空维度对负面信息的抑制作用品牌体验、信任与满意应对竞争对手的新产品预告：策略的进取性及其效果按效果付费型广告平台的广告策略研究产品伤害危机中影响消费者购买意图因素的重要性：危机严重程度及性别存在影响吗？
严重自然灾害危机对旅游意愿的影响因素探析中国情境下口碑传播对农村居民购买决策影响的实证分析中国文化背景下消费行为代际影响的动力机制：基于社会心理学视角《中国会计学刊》征文启事

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>