

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787562922407

10位ISBN编号：7562922403

出版时间：2005-8

出版时间：武汉理工大学出版社

作者：李福学,许以洪,雷大章,陈力,熊艳

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

市场营销学是一门建立在经济科学、行为科学和现代管理理论基础之上的应用科学。市场营销学的研究对象是以满足消费者需求为中心的企业市场营销活动过程及其规律性，即在特定的市场营销环境中，企业以市场营销研究为基础，为满足消费者现实和潜在的需要所实施的以产品（Product）、定价（Price）、地点（Place）、促销（Promotion）为主要内容的市场营销活动过程及其客观规律性。

本书具有内容较为丰富，重视能力的培养，适用面广特点。

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>