

<<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：9787514104530

10位ISBN编号：7514104534

出版时间：2011-4

出版时间：经济科学出版社

作者：李新春 编

页数：147

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

随着我国管理学研究水平的逐步提高，海内外的学术交流日益密切。

《中大管理研究》推动中国大陆和海外的管理学学术研究及学术交流，搭建一个更广泛的管理学学术研究平台，为海内外前沿的管理学学术研究提供发表窗口，本册为2011年第6卷1。

书籍目录

服务公平性各类属性之间关系的探索性研究——基于旅游企业顾客的感知
创业导向、家族资源池和体制环境影响下的家族企业创业绩效研究——以大午农牧集团有限公司为例
管理者声誉机制、讨好机制对相关主体利益影响研究
基于系统动力学的房地产证券化水平与房价关联影响的仿真研究
消费者对产品评价影响因素之研究——品牌形象与知觉风险所扮演的中介角色
新传媒时代下的“快速走红”现象分析
《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>