

<<新编市场营销理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<新编市场营销理论与实务>>

13位ISBN编号：9787810759922

10位ISBN编号：7810759922

出版时间：2007-8

作者：邓丽明 编

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>

<<新编市场营销理论与实务>>

内容概要

《新编市场营销理论与实务》主要内容：市场营销是一门边缘交叉性的应用学科，建立在经济科学、行为科学和现代管理理论基础之上，在上百年的市场企业活动演进中，企业经营管理者和研究学者不断地研究市场、适应市场、引导市场、开拓市场，取得了丰硕的成果和成功的经验。这门学科所提供的基本理论、基本知识和基本技能在我国正得到广泛的重视和运用。经过20多年社会主义商品经济和市场经济建设，企业的生产能力已经得到极大提高，市场也已经由卖方市场转变成了买方市场，企业必须要思考服务于更广泛的社会大众、解决更多的产品和服务的销售问题。

<<新编市场营销理论与实务>>

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>