

市场营销学 上 教材



作者：谢桂华，施斌主编

出版社：北京：中央民族大学出版社

出版日期：2003.04

总页数：433

介绍：高等教育系列教材(工商管理类专业):本书主要内容包括：市场营销学导论、市场营销环境、购买者行为、市场调查与市场预测、市场细分与市场定位、市场营销战略与营销组合、产品概念及相关策略、产品生命周期和新产品开发策略等。

说明：登录教客网（<https://www.jiaokey.com/book/detail/11849441.html>）查找全本阅读方式

市场营销学 上 教材 评论地址：<https://www.jiaokey.com/book/detail/11849441.html>

教客网提供千万本图书阅读地址。

<https://www.jiaokey.com/book/detail/11849441.html>

书名：市场营销学 上 教材