



顾客体验对品牌关系的影响研究 以商场购物为例

教客网 • 百万图书阅读与交易网站 (www.jiaoke.com)

《顾客体验对品牌关系的影响研究
以商场购物为例》是由周建设著编著的精品图书， 由北京：经济管理出版社出版。教客网提供的图书交易、电子书在线阅读与PDF下载服务， 支持电脑、平板和手机多终端访问，涵盖教材、教辅、文学、科技、艺术等多个领域，是读者查找和收藏图书资源的实用平台。

书名	顾客体验对品牌关系的影响研究 以商场购物为例
作者	周建设著
出版社	北京：经济管理出版社
ISBN	
出版日期	2010-01-01

页数	150
价格	
关键词	企业管理-质量管理-市场营销学-企业管理-质量管理-市场营销学
分类	

本书出售、求购与在线阅读地址: <https://www.jiaokey.com/book/detail/12431306.html>

更多相关图书推荐: 首页: <https://www.jiaokey.com>

周建设著 其他作品: <https://www.jiaokey.com/book/detail/12431306.html>

北京: 经济管理出版社

出版图书: <https://www.jiaokey.com/book/detail/12431306.html>

关键词搜索: 企业管理-质量管理-市场营销学-企业管理-质量管理-市场营销学: <https://www.jiaokey.com/book/detail/12431306.html>

教客网 提供大量电子书免费在线阅读与 PDF

下载服务, 支持按书名、作者、出版社、ISBN、标签等多维度检索图书资源。