

<<企业营销管理>>

图书基本信息

书名：<<企业营销管理>>

13位ISBN编号：9787302162438

10位ISBN编号：7302162433

出版时间：2007-10

出版时间：清华大学出版社

作者：何伟俊 编

页数：252

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>

<<企业营销管理>>

内容概要

从市场环境发展和变化的视角，重点介绍了基于企业开展营销管理的理论和操作方法。具体内容包括营销环境与营销信息，营销战略及其策划，目标市场营销策略，产品与服务营销策略，价格营销策略，渠道营销策略，促销策略、店铺和商圈，客户关系管理和营销活动的组织，执行与控制等丰富的内容。

同时，也介绍了几则企业营销管理的案例，作为理论知识与实务阐述的补充。

《企业营销管理》是针对企业诊断培训而编写的教材，也可作为管理工作者、经济工作者、企业家和有关人士工作和学习的参考书。

<<企业营销管理>>

书籍目录

第1篇 基础知识篇第2篇 实务知识篇第3篇 案例知识篇参考文献

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>