

大师级的营销



[大师级的营销 下载链接1](#)

著者:玛西娅, 莱登, 特

出版者:企业管理出版社

出版时间:2001-05

装帧:平装

isbn:9787801475541

本书是该系列丛书中最新的一本，主要探讨西方经济中日显重要的服务业营销规划问题，以及探讨产品营销和服务营销的显著差别。

第一本书《营销规划：如何准备，如何应用》已经在全球售出了近十万册。对于在服务业中任职的人来说本书可以与第一本书一起使用。这两本书的内容各有侧重，共同使用有利于加深对营销规划的理解。

本书的两位作者均在欧洲最有声望的商学院担任教授，同时他们还和许多世界顶尖的服务性企业保持合作关系。爱德兰·佩恩 (Adrian Payne) 是欧洲第一位服务营销方面的全职教授，拥有丰富的实践经验，克兰菲尔德 (Cranfield) 大学的麦可姆·麦克唐纳 (Malcolm McDonald) 教授是营销计划方面的权威，具有广泛的知识。本书是他们两位合作的结晶。在提供非实体性产品的服务业中，许多人面临制定营销计划的，本书能为他们提供有益的帮助。

作者介绍:

目录:

[大师级的营销](#) [下载链接1](#)

标签

营销

评论

太老了，看不下去

[大师级的营销](#) [下载链接1](#)

书评

[大师级的营销](#) [下载链接1](#)