

营销



[营销_下载链接1](#)

著者:辛德

出版者:外文出版社

出版时间:1997-10

装帧:平装

isbn:9787119020907

不论产业发展得多么好，最终你的商业成功大部分还是得依赖于如何去营销。在市场分化日益精细的今天，这一点就显得更为重要。

《营销》一书正是指导你迅速掌握市场营销概念、技巧的最佳参考。它包括对品牌、广告意识的概括性阐述，收录大量相关词汇并加以详解；附录则提供有关背景材料，有助于读者了解整个营销业的发展形势，进而为己服务。

作者介绍:

目录: 目录

前言

第一部分 引文

品牌的价值

广告

挽救瑞士表

未来商品

第二部分 词条汇释 (字母A——Z)

第三部分 附录

一 1992年全球最大广告机构

二 1992年最大广告商

三 1992年广告业在部分媒体开支

四 1992年英国十大商标品牌

五 世界名牌产品

六 美国著名品牌

七 美国大学名牌营销系

八 推荐书目

中文索引

• • • • • (收起)

[营销](#) [下载链接1](#)

标签

评论

[营销](#) [下载链接1](#)

书评

[营销](#) [下载链接1](#)