

# 保健品营销管理



[保健品营销管理 下载链接1](#)

著者:侯胜田

出版者:清华大学出版社

出版时间:2003-5

装帧:

isbn:9787302065012

保健品营销管理的过程，也就是保健品企业对其经营的保健品市场进行分析、企划、营销执行与评估控制的过程。按照这一基本脉络，结合保健品行业的实际情况，在争取全面覆盖这一过程的同时，本书根据其重要程度，在内容结构和论述上作了合适的安排。本书本着“经典理论，结合国情；注重实战，深入浅出”的编著原则，立足于国内医药保健品企业的现状，力图传授先进、有效的实践理论、技能和方法，帮助读者解决实际问题，迅速提高个人工作能力。

作者介绍:

目录: 前言

第一篇 保健品营销管理概述

第一章 保健品及营销管理的概念

第一节 保健品的分类及定义

一. 保健品的定义及分类

二. 保健食品

• • • • • (收起)

[保健品营销管理 下载链接1](#)

标签

营销

评论

---

[保健品营销管理\\_下载链接1](#)

书评

---

[保健品营销管理\\_下载链接1](#)