

# 企业营销



[企业营销\\_下载链接1](#)

著者:沈玉良

出版者:第1版 (2004年9月1日)

出版时间:2004年9月1日

装帧:平装

isbn:9787309041712

《企业营销》主要阐述了工业用户、服务企业、组织机构和政府在产品（或服务）购买决策、企业情报系统和市场调研、需求分析和市场预测、企业市场细分、新产品开发、企业产品（或服务）营销、企业市场渠道设计、价格策略和定价方法、企业间网络营销和交易等方面的营销活动。《企业营销》在理论上引用了世界上著名企业营销学者的文献和最新成果，重点分析了企业营销的基本原理、最新发展和实际运用，例如企业购买决策模型和企业购买中心在企业购买中的作用，企业市场的宏观和微观市场细分过程，新产品开发路径选择，OEM和AM不同市场渠道结构、渠道冲突和解决等问题。在实践上《企业营销》通过不同企业的决策者编写了有关方面的典型案例，将企业营销原理运用到具体我国的营销实践中。《企业营销》适合各大专院校管理专业师生。

作者介绍:

目录:

[企业营销\\_下载链接1](#)

标签

评论

-----  
[企业营销\\_下载链接1](#)

书评

-----  
[企业营销\\_下载链接1](#)