

# 营销渠道



[营销渠道 下载链接1](#)

著者:戴亦一

出版者:朝华出版社

出版时间:2004-1

装帧:简装本

isbn:9787505410848

本书包括：营销渠道概论、营销渠道的基本成员、营销渠道战略、营销渠道设计、营销渠道的冲突与合作、营销渠道绩效评估与调整等9章内容。

作者介绍:

目录: 序  
第1章 营销渠道概论  
第一节 营销渠道及其功能  
第二节 营销渠道的基本结构  
第三节 营销渠道的系统结构的发展  
第四节 营销渠道的竞争优势的构建  
第2章 营销渠道的基本成员  
第一节 制造商  
第二节 批发商  
第三节 代理商  
第四节 零售商  
第五节 消费者或用户  
第3章

• • • • • [\(收起\)](#)

[营销渠道](#) [下载链接1](#)

标签

评论

-----  
[营销渠道](#) [下载链接1](#)

书评

-----  
[营销渠道](#) [下载链接1](#)