

营销管理创新研究



[营销管理创新研究_下载链接1](#)

著者:周荣森

出版者:经济管理出版社

出版时间:2004-7-1

装帧:平装(无盘)

isbn:9787801629395

近些年来，随着大量介绍西方先进的管理学译著以及研究国内最前沿问题论著的不涌现，国内管理学研究取得了突飞猛进的进展。理论的发展是实践的必然要求，但是，从各观上讲，我国工商管理学科发展还滞后于管理实践。随着我国经济体制改革的深化，国内企业更我地参与激烈的市场竞争，这就对企业管理实践提出了更高的要求。社践既呼唤着管理学科进一步的发展与繁荣，又为其发展创造了条件；同时，理论和实践也是互动的，工商管理学科的新发展必将推动企业管理创新能力的提高。

本书的作者是多年从事教学、科研的第一线人员，科研、教学能力突出，而且都要根据自己的经验有感而发，理论与初中相结合，对深化教学、科研均有裨益。

作者介绍:

目录: 1 基于信息不对称的营销理论
2 顾客满意：营销管理的核心理念
3 营销战略分析
4 消费者行为与营销管理
5 市场结构与企业定价策略
6 战略品牌管理
7 营销组织与营销渠道设计
8 电子商务与网络营销
9 客户关系管理
10 销售管理
后记
· · · · · (收起)

[营销管理创新研究_下载链接1](#)

标签

评论

[营销管理创新研究_下载链接1](#)

书评

[营销管理创新研究_下载链接1](#)