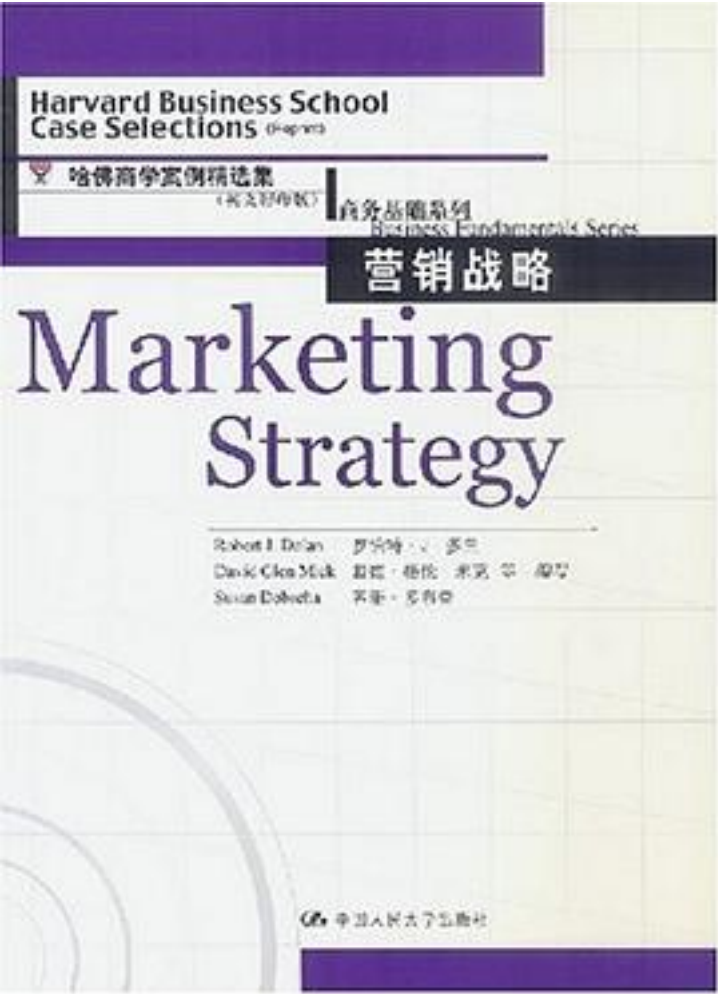


# 营销战略



[营销战略\\_下载链接1](#)

著者:李东红

出版者:首都经济贸易大学出版社

出版时间:2004-6

装帧:

isbn:9787563809615

《营销战略(修订第3版)》把大量最新营销战略理论与企业实践相结合，清晰界定了在理论界尚存模糊认识的营销战略的内涵，倡导营销战略思维，提出了营销战略形式、实

施、评价的一般过程模式，给人以全新的启示。具体涉及如下内容：营销战略内涵界定，营销使命与目标的制定，营销环境的分析，营销战略类型的区分，营销战略的选择，营销战略实施中的资源配置，营销战略实施过程的控制。

读者对象：工商管理专业、市场营销专业等经济管理类大学本、专科师生，企业管理人员，政府部门人士。

作者介绍:

目录: 绪论

第一章 营销战略的性质

第一节 战略与战略管理

第二节 营销战略的内涵

第三节 营销战略管理过程

第四节 营销战略管理者

案例：戴尔的在线的营销战略

· · · · · · [\(收起\)](#)

[营销战略\\_下载链接1\\_](#)

标签

评论

-----

[营销战略\\_下载链接1\\_](#)

书评

-----

[营销战略\\_下载链接1\\_](#)