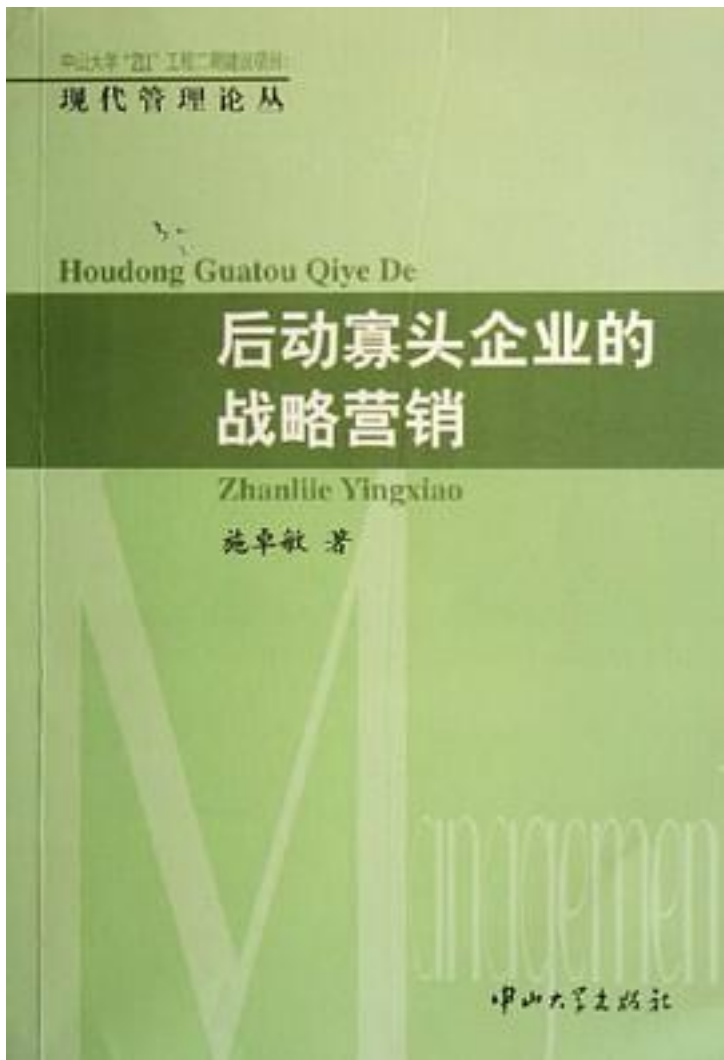


后动寡头企业的战略营销



[后动寡头企业的战略营销_下载链接1](#)

著者:施卓敏

出版者:中山大学出版社

出版时间:2006-11

装帧:简装本

isbn:9787306028020

本书采用战略营销的研究视角，通过实地调研和问卷调查的方法，以中国移动通信市场上的后动寡头为研究对象，深入剖析了后动寡头企业优势的来源以及实现问题，并设计了后动企业战略营销方案和实施路径。中国“人世”后，在经济全球化环境中，我国企业走出国门已经成为企业成长战略的一个必然选择。在国外市场如何与现存的、具有先动优势的外国企业进行竞争，也是我国企业管理研究的重要课题。本书可以给我国企业国际化经营提供参考和借鉴。

作者介绍:

目录:

[后动寡头企业的战略营销_下载链接1](#)

标签

评论

[后动寡头企业的战略营销_下载链接1](#)

书评

[后动寡头企业的战略营销_下载链接1](#)