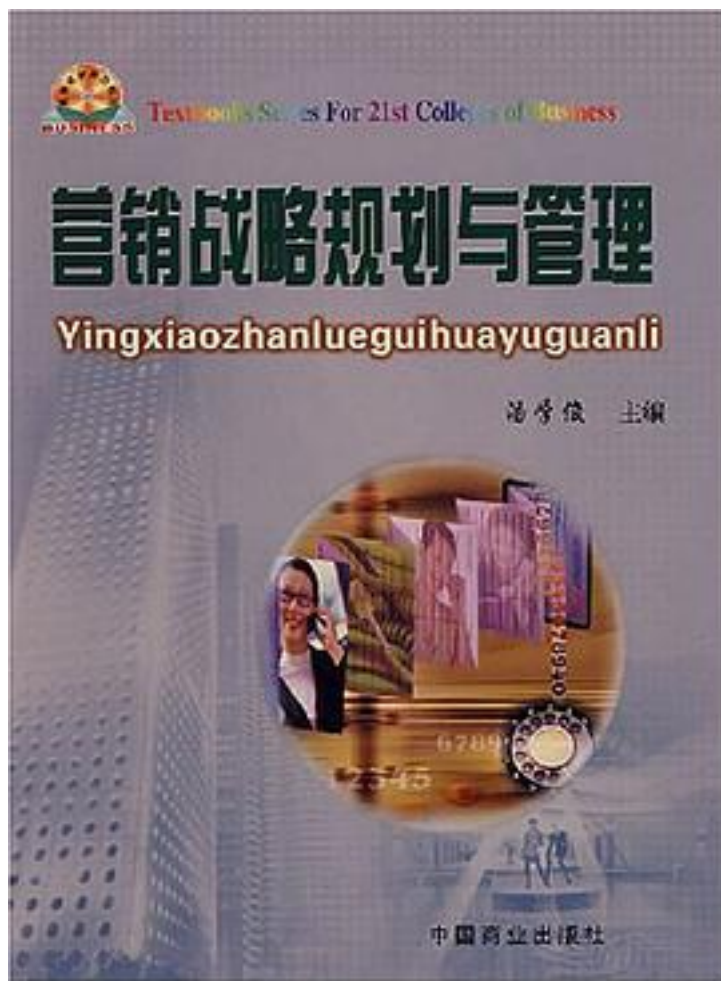


营销战略规划与管理



[营销战略规划与管理_下载链接1](#)

著者:汤学俊

出版者:中国商业

出版时间:2006-4

装帧:

isbn:9787504455840

营销是通过消费者需求与厂商核心资源之间的协调配置，以创造和增进各方利益的互动过程。营销战略与管理是基础市场营销学中分离出来的一个新的重要分支。它是市场营

销研究的延伸与扩展。营销战略与管理是研究企业在面对行销和竞争两个基本任务时，如何采取有效的策略和方法来使得企业能够持续发展和永续经营。它是建立在哲学、数学、经济学、行为科学、现代管理理论基础之上的现代管理应用学科。

营销战略与管理的主要理论体系几乎都是来源于国外，对于处于市场经济建设过程中的中国企业而言，首先是一个消化和吸收的过程，然后才可能创新和发展。我们结合教学过程中的体会和心得，以及对中国企业营销实践的研究，根据普通高等院校管理专业和非管理专业学生的需要，参照国内现有的营销战略规划和管理教材，编写了这本教材。本教材将营销战略与管理置于经济全球化及知识经济发展的背景下进行研究，由此揭示出在新的环境下营销战略与管理的特点，诸如当今世界，企业的任何经营行为都是营销行为，企业战略管理实质上是营销战略管理。

作者介绍:

目录:

[营销战略规划与管理_下载链接1](#)

标签

11

评论

[营销战略规划与管理_下载链接1](#)

书评

[营销战略规划与管理_下载链接1](#)